PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU BERAGAMA SISWA DAN SISWI MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN) 1 KOTA PADANG PANJANG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial di Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

FEBRIANI MARIYAH

4318072

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI)

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH (FUAD)

INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

TAHUN 1443 H/ 2022 M

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Febriani Mariyah NIM: 4318072, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech Djamil Djambek Bukittinggi dengan Judul "**Pengaruh Penggunan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Beragama Siswa dan Siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang**"

Penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar Pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama, penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane, sehingga dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 69 responden dari 214 siswa dan siswi yang ada di MAN 1 Kota Padang Panjang sebagai sampel dalam penelitian.

Metode yang digunakan adalah menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis pendekatan lapangan *(field research*). Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 69 responden. Teknik pengambilan data menggunakan rumus *propotional random sampling* dimana jumlah sampel pada masing-masing strata sebanding dengan jumlah anggota populasi pada masing-masing stratum populasi. Angket yang peneliti sebarkan yaitu dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari pernyataan positif dan negatif. Untuk memperoleh gambaran secara rinci tentang pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi.

Dari hasil penelitian dan perhitungan data tersebut yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar (158,754) dengn F_{tabel} sebesar (2,78) , itu dapat diartikan bahwa (158,754)>(2,78) , berdasarkan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, maka dapat diartikan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

Maka dari penjelesan diatas dapat dipahami bahwa penggunaan media sosial Instagram (X) memiliki pengaruh terhadap perilaku beragama (Y) bagi siswa dan siswi MAN 1 Kota Padang Panjang.

Kata kunci : Penggunaan Media Sosial Instagram, Perilaku Beragama

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga Skripsi yang berjudul **Pengaruh Penggunaan Media Sosial InstagramTerhadap Perilaku Beragama Siswa dan Siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang** dapat terselesaikan. Shalawat beserta salam semoga tercurahkan buat junjungan Nabi Muhammad Shallalahu'alaihi Wassalam yang telah meninggalkan bekal bagi umatnya yaitu Al-Qur'an dan sunnah untuk mencapai kebahagiaan serta keselamatan dunia dan akhirat.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam di IAIN Bukittinggi. Penulis berharap skripsi ini bisa menjadi acuan dan menambah daftar pustaka dalam ilmu pendidikan. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis telah banyak mendapat dukungan, bantuan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Yulisman dan Ibunda Handra Deni, Kakak Hilfa Mariyyah dan Helvi Maryah, serta Adik Mulia Mariyah yang telah memberikan banyak perhatian, kasih sayang, motivasi serta dukungan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini pada waktu yang tepat. Selanjutnya penulis mengucapkan terimaksih kepada:

1. Ibu Dr. Ridha Ahida M.Hum selaku Rektor IAIN Bukittinggi, wakil Rektor 1 Bapak Dr. H. Ansyari, M.Si, Wakil Rektor 2 bapak Dr. Novi Hendri, M.Ag, dan Wakil Rektor 3 bapak Dr. Miswandi, M.Hum.
2. Bapak Dr.Nunu Burhanuddin, Lc.M.A. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Wakil Dekan 1 bapak Dr. Junaidi, M.Pd, dan Wakil Dekan 2 bapak Dr. H. Darul Ilmi M.Pd.

3. Bapak Yusuf Afandi Lc. M.Sos selaku dosen pembimbing sekaligus ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan dan nasehat dalam pembelajaran serta pembuatan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Komunikasi Penyiaran Islam yang telah memberikan bantuan, bimbingan, ilmu, dan dukungan dalam pembelajaran serta pembuatan skripsi.
5. Seluruh keluarga besar yang memberikan semnagat dan dukungan baik secara moril dan materi dalam penyelesaian skripsi.
6. Seluruh teman seperjuangan KPI Angkatan 2018 yang sama-sama berjuang memperoleh gelar sarjana yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
7. Seluruh responden yang terkait dengan penelitian ini, serta seluruh guru dan staf MAN 1 Kota Padang Panjang yang bersedia memberikan waktu dan kesempatan untuk penulis melakukan penelitian.
8. Seluruh orang yang ikut dalam memberikan semangat dan duikungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini banyak kekeliruan sehingga kurang dari kata kesempurnaan. Maka penulis mohon kritik dan saran yang membangun dari seluruh pembaca untuk kesempurnaan skripsi ini.

Bukittinggi, Mei 2022

Febriani Mariyah
NIM. 4318.072

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

ABSTRAK ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 9

C. Batasan Masalah 10

D. Rumusan Masalah 10

E. Tujuan Penelitian 10

F. Manfaat Penelitian 11

1. Manfaat akademis 11

2. Manfaat teoritis 11

3. Manfaat Praktis 11

G. Penjelasan Judul 11

H. Sistematika Penulisan 13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Penggunaan Media Sosial 14

1. Pengertian Penggunaan 14

2. Pengertian Media Sosial 14

3. Karakteristik Media Sosial 16

4. Fungsi Sosial Media 17

5. Ciri-ciri Media Sosial 18

B. Tinjauan Tentang Media Sosial Instagram 19
1. Pengertian Instagram 19
2. Indikator Instagram 20
3. Manfaat Instagram 22
4. Kelemahan dan Kelebihan Instagram 22
C. Tinjauan Tentang Perilaku Beragama 23
1. Pengertian Perilaku Beragama 23
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Beragama 26
3. Indikator Perilaku Beragama 29
4. Bentuk-bentuk Perilaku Beragama 31
5. Unsur-unsur Perilaku Beragama 33
D. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Beragama 34
E. Penelitian Relavan 37
F. Kerangka Konseptual 40
G. Hipotesis Penelitan 41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 43
B. Tempat dan Waktu Penelitian 43
C. Populasi dan Sampel 44
1. Populasi 44
2. Sampel 45
D. Teknik Pengumpulan Data 47
1. Instrumen Penelitian 47
2. Uji Validitas Instrumen 52
3. Uji Reliabilitas Instrumen 54
E. Teknik Pengolahan Data 55
1. Teknik Persyaratan Analisis 55
2. Pengujian Hipotesis 57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 60
B. Deskripsi Hasil Penelitian 62
1. Proses Pelaksanaan Penelitian 62
2. Deskripsi Hasil Temuan Penelitian 64
C. Analisis Data 110
1. Uji Instrumen 111
a. Uji Validitas 111
b. Uji Reliabilitas 113
2. Pengolahan Data 114
a. Uji Normalitas 114
b. Uji Linearitas 117
3. Pengujian Hipotesis 118
a. Uji Regresi Sederhana 118
b. Uji Kebermaknaan 120
c. Koefisien Determinasi 120
4. Pembahasan Hasil Penelitian 122
a. Gambaran Penggunaan Media Sosial Instagram Siswa dan Siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang 122
b. Gambaran Perilaku Beragama Siswa dan Siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang 125
c. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Beragama Siswa dan Siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang 128

BAB V PENUTUP 129
A. Kesimpulan 129
B. Saran 130

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relavan.....39
Tabel 3.1 Jumlah Populasi Penelitian 44
Tabel 3.2 Jumlah Sampel Penelitian 47
Tabel 3.3 Pedoman Alternatif Jawaban Angket.....48
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....49
Tabel 4.1 Pengumpulan Data 63
Tabel 4.2 Frekuensi Alternatif Jawaban.....65
Tabel 4.3 Frekuensi Alternatif Jawaban.....66
Tabel 4.4 Frekuensi Alternatif Jawaban.....67
Tabel 4.5 Frekuensi Alternatif Jawaban.....69
Tabel 4.6 Frekuensi Alternatif Jawaban.....70
Tabel 4.7 Frekuensi Alternatif Jawaban.....71
Tabel 4.8 Frekuensi Alternatif Jawaban.....72
Tabel 4.9 Frekuensi Alternatif Jawaban.....73
Tabel 4.10 Frekuensi Alternatif Jawaban.....74
Tabel 4.11 Frekuensi Alternatif Jawaban.....75
Tabel 4.12 Frekuensi Alternatif Jawaban.....77
Tabel 4.13 Frekuensi Alternatif Jawaban.....78
Tabel 4.14 Frekuensi Alternatif Jawaban.....79
Tabel 4.15 Frekuensi Alternatif Jawaban.....80
Tabel 4.16 Frekuensi Alternatif Jawaban.....81
Tabel 4.17 Frekuensi Alternatif Jawaban.....82
Tabel 4.18 Frekuensi Alternatif Jawaban.....83
Tabel 4.19 Frekuensi Alternatif Jawaban.....84

Tabel 4.20 Frekuensi Alternatif Jawaban.....86
Tabel 4.21 Frekuensi Alternatif Jawaban.....87
Tabel 4.22 Frekuensi Alternatif Jawaban.....88
Tabel 4.23 Frekuensi Alternatif Jawaban.....89
Tabel 4.24 Frekuensi Alternatif Jawaban.....91
Tabel 4.25 Frekuensi Alternatif Jawaban.....92
Tabel 4.26 Frekuensi Alternatif Jawaban.....93
Tabel 4.27 Frekuensi Alternatif Jawaban.....94
Tabel 4.28 Frekuensi Alternatif Jawaban.....96
Tabel 4.29 Frekuensi Alternatif Jawaban.....97
Tabel 4.30 Frekuensi Alternatif Jawaban.....98
Tabel 4.31 Frekuensi Alternatif Jawaban.....99
Tabel 4.32 Frekuensi Alternatif Jawaban..... …100
Tabel 4.33 Frekuensi Alternatif Jawaban.....102
Tabel 4.34 Frekuensi Alternatif Jawaban.....103
Tabel 4.35 Frekuensi Alternatif Jawaban.....104
Tabel 4.36 Frekuensi Alternatif Jawaban.....105
Tabel 4.37 Frekuensi Alternatif Jawaban.....107
Tabel 4.38 Frekuensi Alternatif Jawaban.....108
Tabel 4.39 Frekuensi Alternatif Jawaban.....109
Tabel 4.40 Hasil Uji Validitas.....111
Tabel 4.41 Hasil Uji Reliabilitas.....114
Tabel 4.42 Tes Uji Normalitas.....115
Tabel 4.43 Hasil Uji Linearitas.....117
Tabel 4.44 Hasil Regresi Sederhana.....118
Tabel 4.45 Uji Kebermaknaan.....120
Tabel 4.46 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....120

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, membuat manusia bisa mengakses berbagai informasi dengan mudah. Salah satunya adalah dengan penggunaan media sosial yang bisa diakses diberbagai *platform*. Media sosial adalah media berbasis internet yang digunakan oleh manusia dalam mengakses berbagai informasi, *fashion*, hiburan, dan tempat berinteraksi. Dapat dikatakan juga media sosial sudah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia saat ini. Kemajuan teknologi dunia dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri ini seperti menghadirkan dunia dalam genggaman tangan manusia.[1]

Shirky dalam buku Ruli Nasrullah memberikan definisi mengenai media sosial dan perangkat lunak. Menurutnya media sosial dan perangkat lunak adalah alat yang berguna meningkatkan kemampuan pengguna media untuk berbagi (*to share*), bekerja sama *(to coperate*) diantara pengguna yang satu dan lainnya dan untuk melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Tujuannya untuk saling membagi ide, kerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman atau pasangan, serta

[1]Ruli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2017), hal 2

bisa menjadi teman baik atau pasangan, dan membentuk sebuah komunitas.[2]

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah media sosial Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi *smartphone* yang digunakan khusus untuk media sosial. Instagram merupakan salah satu bagian dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun ada perbedaannya yaitu terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.[3]

Instagram diperkirakan pada tahun 2021-2022 ini berada di posisi ketiga sebagai media sosial yang banyak diminati oleh pengguna. CEO Instagram menjelaskan bahwa Instagram dalam waktu dekat mencapai penggunanya sampai 700 juta dengan peningkatan 100 juta dalam waktu 4 bulan.[4] Selain untuk memposting foto, media sosial Instagram juga digunakan oleh penggunanya untuk memposting berbagai kegiatan mereka, seperti kegiatan yang berhubungan dengan pertemanan, kegiatan pribadinya, curahan hati, isi pemikiran, dan kegiatan hiburan lainnya.

Dapat disimpulkan bahwa, media sosial Instagram adalah aplikasi yang digunakan oleh para penggunanya untuk membagikan kegiatan pribadi atau untuk melihat serta meniru hal-hal atau kegiatan yang dibagikan oleh pengguna lain. Terbukti bahwa *Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster* mengungkapkan bahwa aplikasi Instagram diakses oleh pengguna terbanyak adalah remaja. Jadi, Instagram ini termasuk kedalam salah satu media sosial

[2]*Ibid*Ruli Nasrullah, hal 11
[3]Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), hal 10
[4]M.liputan6.com/news

yang banyak digunakan oleh remaja, tidak terkecuali siswa dan siswi di sebuah Madrasah Aliyah Negeri di Padang Panjang.

Siswa dan siswi jenjang madrasah aliyah adalah tergolong kepada umur remaja yang sedang mengalami masa peralihan. Pendapat dari *World Health Organization* (WHO) tahun 1974, remaja adalah suatu waktu dimana individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksualitas awal sampai saat ini mencapai kematangan seksualitasnya, manusia mengalami perkembangan psikologi dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa, dan terjadi peralihan dari ketergantungan antar sesama sampai pada keadaaan yang lebih mandiri.[5]

Siswa dan siswi Madrasah Aliyah adalah waktu dimana seseorang sedang mencari dan menggali jati dirinya sendiri. Hal ini membuat mereka semakin mudah dipengaruhi oleh hal-hal yang terjadi dilingkungannya. Ditengah perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat membuat mereka semakin mudah terjerumus kedalam dampak negatif ataupun dampak positif dari perkembangan teknologi. Siswa dan siswi Madrasah Aliyah yang dimaksud dalam hal ini adalah siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang sejak awal berdirinya merupakan sebuah sekolah madrasah swasta Qismul Ali Gunung, kemudian pada tahun 1968 sekolah ini resmi berdasarkan nomor edaran pemerintah menjadi sekolah negeri dan berubah nama menjadi MAN 1 Padang

[5]Sarwono Sarlito W, *Psikologi Remaja*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal 9

Panjang atau biasa disebut dengan MAN Gunung Padang Panjang. Seiring waktu, sekolah ini terus berkembang hingga menjadi salah satu madrasah negeri terkemuka di Padang Panjang.[6] MAN 1 Padang Panjang mempunyai banyak mata pelajaran yang berhubungan dengan keagamaan. Semakin baik pengetahuan agama yang tercermin dalam perilaku beragama yang dimiliki oleh siswa dan siswi jenjang Madrasah Aliyah, maka akan semakin baik pula dampak yang ditimbulkan, atau sebaliknya. Tidak terlepas dari itu maka yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah perilaku beragama dari siswa dan siswi tersebut.

Perilaku beragama ini adalah sebuah kebiasaan atau cara berbuat yang dilakukan oleh seseorang yang bisa diperoleh melalui pengalaman, pendidikan, dan pengamatan yang terus menerus didapatkan sesuai dengan lingkungan ataupun keadaan. Perilaku beragama ini juga bisa mendefinisikan bagaimana seseorang hidup dan bagaimana seseorang berperilaku mengontrol kehidupannya yang terus berjalan sesuai dengan agama dan kepercayaanya masing-masing.

Menurut teori keberagamaan dari Glock dan Stark dalam buku Djamaludin Ancok dan Fuat, mereka berpendapat bahwa dasar keberagamaan seseorang dengan memperhatikan semua dimensi. Dimensi tersebut adalah dimensi ideologis (keyakinan atau akhlak), dimensi ritualistik (praktik agama

[6]*Website* Resmi MAN 1 Kota Padang Panjang, (diakses melalui http://mansatupadangpanjang.sch.id pada tanggal 18 Januari 2022 pukul 19.03)

atau ibadah), dimensi eksperensial (pengalaman), dimensi intelektual (pengetahuan agama), dan dimensi konsekuensial (pengamalan atau akhlak). [7]

Raymond F. Paloutzian turut menjelaskan tentang perilaku beragama yaitu merupakan orientasi keagamaan seseorang yang akan mempengaruhi sikapnya, dan berlanjut dengan sikap keagamaannya, maka hal tersebut berlanjut akan mempengaruhi perilaku beragamanya. Orientasi beragama menurut Raymond sama dengan makna iman dan agama dalam kehidupan seseorang.[8]

Dari penjabaran diatas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku beragama adalah tindakan atau cara berbuat yang dilakukan oleh seseorang yang berpedoman kepada agama yang dianut dan mencerminkan nilai-nilai agama itu sendiri. Perilaku beragama yang dilakukan oleh manusia biasanya dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah *trend* media yang dipakai pada saat itu. Dalam Islam, perilaku beragama merupakan cara bertindak yang didasarkan pada perintah-perintah oleh Allah SWT.

Islam merupakan ajaran yang bersifat universal dan berpedoman pada Al-Qur'an, bahwa agama berlaku untuk seluruh alam, termasuk untuk seluruh umat manusia. Islam sebagai suatu agama sempurna tentu mengajarkan bentuk kehidupan yang berisi tentang tata nilai, norma, dan kaidah-kaidah yang mengatur pola kehidupan seluruh umat manusia.[9]

---

[7]Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroto, *Psikologi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995) hal 77

[8] Raymond F.Palaoutzian, *Invitation to Pshychology of Religion*, (Boston: Allyn & Bacon, 1996), hal 200-202

[9] Nurcholish Madjid, *Islam Agama Kemanusiaan : Membangun Tradisi dan Visi Baru Islam Indonesia*, (Jakarta: Paramadina, 2003), hal 6

Al-Qur'an juga menjelaskan kepada manusia mengenai kehidupan yang seharusnya berpedoman pada agama. Agama mampu menuntun umatnya untuk berperilaku sesuai dengan ajaran dari penciptanya. Ini dijelaskan dalam Q.S *Ar-Rum* ayat 30 yang berbunyi:

فَاَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّيْنِ حَنِيْفًاۗ فِطْرَتَ اللّٰهِ الَّتِيْ فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَاۗ لَا تَبْدِيْلَ لِخَلْقِ اللّٰهِۗ ذٰلِكَ الدِّيْنُ الْقَيِّمُۙ وَلٰكِنَّ اَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُوْنَۙ

Artinya:maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama (Allah SWT), tetaplah atas fitrah Allah SWT yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. Tidak ada perubahan dalam fitrah Allah, itulah agama yang lurus tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahuinya.

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan umatnya untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai dan norma agama, perilaku yang dimaksud disini adalah perilaku beragama siswa dan siswi itu sendiri. Perilaku beragama yang dilakukan siswa dan siswi bisa dilihat dari berbagai sisi, diantaranya, bagaimana mereka melakukan ibadahnya kepada Allah SWT, baik itu seperti melakukan ibadah shalat. Tidak hanya berpedoman kepada popularitas yang ada di media sosial dalam berperilaku. Tidak terlalu mengikuti *trend-trend* yang dianggap tidak sesuai dengan ajaran Islam. Berbagi konten-konten dakwah dan positif yang ada di media sosial. Tidak membohongi orang tua dan guru demi mendapatkan eksistensi didunia maya. Tolong menolong dengan sesama. Berkata jujur dan sopan santun. Senantiasa melakukan perintah dan menjauhi larangan Allah SWT dalam kehidupan sehari-hari.

Oleh karena itu, perilaku beragama seorang siswa dan siswi Madrasah Aliyah tersebut bisa juga dilihat saat ia telah menggunakan media sosial Instagram dalam pergaulannya. Sebagian dari mereka ada yang konsisten untuk tidak menggunakan media sosial Instagram dan sebagiannya lagi malah menjadi kecanduan saat mengenal media sosial Instagram tersebut. Bahkan hal ini membuat mereka lupa akan perilaku beragama yang sudah mereka tata dengan baik saat menjalani kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan wawancara dan observasi awal yang peneliti lakukan pada tanggal 18 Januari 2022, peneliti mewawancarai salah satu guru, satu orang siswa dan satu orang siswi madrasah aliyah mengenai penggunaan media sosial Instagram. Guru madrasah tidak akan lepas dari peranannya dalam mengarahkan siswa dan siswi mengenai segala hal keagamaan dan perilaku-perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Guru tersebut memberikan pemaparan bahwa, siswa dan siswi di zaman sekarang tidak akan lepas dari yang namanya teknologi media sosial, salah satunya yaitu Instagram. Saat siswa dan siswi mengikuti atau melihat konten-konten keagamaan dalam Instagram, dapat diketahui bahwa mereka ada ketertarikan untuk melihatnya serta mengamalkannya.[10] Maka hal tersebut diduga akan dapat mempengaruhi perilaku beragamanya.

Hal ini dapat dilihat dari cara menjalin tali silaturahmi antara siswa dengan siswi, ataupun siswa dengan guru. Siswa dan siswi menggunakan pakaian yang sesuai dengan syariat Islam, menggunakan tutur bahasa yang

[10]Wawancara dengan Guru MAN 1 Kota Padang Panjang yaitu Rahma Doni, pada 19 Januari 2022 pada pukul 15.40 WIB

sopan. Melakukan shalat tepat pada waktunya, serta mengamalkan perilaku-perilaku positif dalam kehidupan sehari-hari. Siswa dan siswi juga menghormati guru-guru di lingkungan sekolah.

Saat mewawancarai seorang siswa madrasah tersebut, dia mengatakan bahwa menggunakan media sosial Instagram sekedar hanya untuk melihat konten-konten yang ditampilkan oleh orang-orang saja dan tidak terlalu aktif membagikan kegiatan pribadi. Dia mengatakan juga senang melihat konten-konten mengenai hal-hal keagamaan yang dibagikan oleh orang-orang di media sosial Instagram.[11] Hal ini diduga bisa membuatnya meniru perilaku-perilaku positif yang dibagikan oleh pengguna media sosial Instagram lainnya. Namun, ketika mewawancarai seorang siswi madrasah, dia mengatakan sangat senang menggunakan media sosial Instagram untuk kepentingan pribadi karena bisa membagikan kegiatan-kegiatan pribadinya di media sosial Instagram sesuai keinginannya dan senang ketika mengikuti *trend-trend* baru yang ada di media sosial tanpa memperhatikan dampak positif dan negatifnya.[12]

Bahkan salah satu contohnya, peneliti melihat bahwa siswa dan siswi berkelompok-kelompok saat bermain, hal ini jauh dari mempererat tali silaturahmi. Peneliti juga melihat ketika memasuki waktu shalat *dzuhur*, mereka tetap asyik memainkan media sosial Instagramnya dan tidak langsung melaksanakan shalat pada waktunya.[13] Selain itu, juga ada dari mereka yang

[11]Wawancara dengan Siswa Man 1 Kota Padang Panjang yaitu Agus Maulana, pada 03 Januari 2022 pada pukul 14.11 WIB

[12]Wawancara dengan Siswi MAN 1 Kota Padang Panjang yaitu Fadhilah Rizki Utami, pada 03 Januari 2022 pada pukul 14. 21 WIB

[13]Observasi di MAN 1 Kota Padang Panjang pada 19 Januari 2022 pukul 11.00 s/d 16.00 Wib

senang mengikuti konten berbagi atau donasi yang ada di media sosial instagram. Permasalahan inilah yang diduga dapat mempengaruhi perilaku beragamanya yaitu tidak menjalin silaturahmi dengan sesama, tidak melakukan shalat tepat pada waktunya serta diduga menunjukkan adanya rasa untuk saling membantu sesama.

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi perhatian peneliti adalah apakah ada pengaruh oleh media sosial Instagram ini terhadap perilaku beragama tersebut, maka dari itu peneliti tertarik untuk membahas tentang pengaruh media sosial terkhusus Instagram dan perilaku beragama yang akan penulis tuangkan dalam sebuah penelitian yang berjudul: "**Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Beragama Siswa dan Siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.**"

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Sebagian siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang menunjukkan perubahan perilaku beragama setelah menggunakan media sosial Instagram.
2. Sebagian siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang kecanduan menggunakan media sosial Instagram.
3. Sebagian siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang cenderung mengikuti kegiatan-kegiatan yang ditunjukkan oleh

pengguna Instagram lain dan melupakan cara perilaku beragama yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

4. Sebagian siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang kurang bisa memilih konten-konten yang patut dicontoh dan patut diabaikan di media sosial Instagram.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah peneliti jelaskan di atas, maka penilitian ini dibatasi pada permasalahan yang akan dikaji, yaitu: Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Beragama Siswa dan Siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah peneliti sebutkan di atas, maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi madrasah aliyah negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti uraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan dalam pennggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama yang diterapkan oleh siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 di Kota Padang Panjang.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan bahan bacaan bagi pembaca, serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana yang dilakukan oleh peneliti.

2. Manfaat Teoritis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pembendaharaan pustaka dan informasi serta menambah wawasan bagi pembaca.Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan pengaruh penggunaan media sosial instragram.

3. Manfaat Praktis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi siswa dan siswi Madrasah Aliyah serta pengguna media sosial Instagram lainnya agar lebih bijak dan dewasa dalam penggunaan media sosial Instagram.

G. Penjelasan Judul

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman makna terhadap judul penelitian ini maka perlu diberikan penjelasan terhadap istilah-istilah yang terdapat dalam judul tersebut, diantaranya: Pengaruh adalah energi yang ada

atau yang muncul dari sesuatu, seperti benda, orang, yang turut membentuk sifat, kepercayaan, atau tindakan seseorang.[14]

Penggunaan adalah pembuatan, proses, pemakaian, dan cara memakai.[15] Media Sosial Instagram merupakan aplikasi berbasis internet yang dibentuk berdasarkan ideologi, pemikiran dan teknologi *web* 2.0 yang memungkinkan orang secara daring dan menciptakan serta bertukar konten, disebut *user-generated content.*[16] Instagram adalah aplikasi populer dalam kalangan pengguna telefon pintar (*smartphone*). Nama instagram diambil dari kata insta yang asalnya instan dan gram dari kata telegram.[17] Perilaku Beragama adalah tindakan atau perbuatan manusia yang didasarkan atas kesadaran tentang adanya yang Tuhan maha kuasa.[18]

Berdasarkan penjelasan judul diatas, maka yang dapat dipahami dari maksud dengan "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Beragama Siswa dan Siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang" adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh media sosial khususnya instagram terhadap perilaku beragama seseorang yang seharusnya berlandaskan kepada nilai dan norma agama itu sendiri yang terjadi pada siswa dan siswi sebuah Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

---

[14]Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hal 147

[15]Departemen Pendidikan Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), hal 716

[16]Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015), hal 288

[17]Miliza Ghazali, *Buat Duit dengan Facebook dan Instagram* : *Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram,* (Malaysia : Publishing House, 2016), hal 8

[18]Mursal H.M Taher, *Kamus Ilmu Jiwa dan Pendidikan,* (Al-Ma'arif: Bandung, 1980), hal 121

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan pembuatan proposal ini, sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I : Berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan judul, dan sistematika penulisan.

BAB II : Berisi landasan teoritis yang berisi tentang tinjauan sosial media instagram, tinjauan perilaku beragama, pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku beragama, penelitian yang relavan, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian

BAB III : Berisi tentang metodelogi penelitian, yang didalamnya terdapat jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan teknik analisis data.

BAB IV : Berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari hasil yang diperoleh dalam penelitian.

BAB V : Berisi kesimpulan dan saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Penggunaan Media Sosial

1. Pengertian Penggunaan

Penggunaan dalam kamus besar Bahasa Indonesia adalah proses, bentuk, cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian.[19] Jadi, penggunaan adalah cara atau proses pemakaian suatu barang atau kegiatan yang memakai sesuatu baik itu berupa barang, jasa, atau sarana lainnya.

2. Pengertian Media Sosial

Media sosial terdiri dari kata media dan sosial. Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak dari kata medium. Secara harfiah, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan*(a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Beberapa kategori yang masuk kedalam adalah televisi, diagram, film, media cetak (*printed material*), komputer, dan lain sebagainya.[20]

Charlotte Ryan dalam buku Asep Saiful Muhtadi, mendefinisikan media adalah suatu ajang konflik (pertukaran) simbolik antara pihak-pihak yang berkepentingan. Mereka saling mengajukan pendefinisian terhadap suatu konflik agar lebih diterima massa.[21] Sedangkan kata sosial dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti berkembang atau tumbuh. Sosial berasal dari kata *socius* yang berarti segala sesuatu yang lahir, tumbuh, dan

[19]Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal 852
[20]Dian Indriana, *Ragam Alat Bantu Pengajaran*, (Jogjakarta: Diva Press, 2011), hal 13
[21]Asep Saiful Muhtadi, *Komunikasi Politik Indonesia : Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru,* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hal 47

berkembang dalam kehidupan bersama. Sosial secara sederhananya adalah cara atau suatu proses yang dilakukan oleh seseorang agar dapat menjalin suatu hubungan dengan orang lain. Dalam teori sosiologi dikatakan bahwa media pada dasarnya adalah sosial. Karena media merupakan bagian dan aspek dari masyarakat yang diuraikan dalam bentuk perangkat teknologi informasi yang digunakan.[22]

Media sosial adalah sebuah media yang saat ini banyak diminati pengguna. Mengingat bahwa media sosial adalah tempat yang memudahkan dalam melihat sebuah informasi, konten dakwah, *fashion*, makanan, berita, dan hal lainnya yang sering dimuat dimedia sosial.

Heidi Cohen dalam buku Alo Liliweri menjabarkan definisi media sosial adalah media yang terus berkembang sesuai dengan jalannya perkembangan penggunaan media sosial itu sendiri. Hal ini didukung oleh fakta bahwa media sosial berkaitan dengan *platform* dan teknologi yang dapat membuat konten pada *web* interaktif, sehingga terjadinya kerja sama, kolaborasi dan pertukaran pesan secara bebas antara para pengguna.[23]

Media sosial adalah berbagai bentuk media di internet yang dapat memudahkan user atau penggunannya berpartisipasi dalam kehidupan maya dengan mengutarakan dirinya maupun dengan bekerja sama, berbagi, berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk

---

[22] Ruli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2015), hal 6

[23] Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015), hal 288

ikatan sosial secara virtual yang bermanfaat sebagai pembentuk sarana pergaulan sosial secara maya (online) dan tak kasat mata di internet.[24]

Jadi, dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah perantara yang digunakan oleh khalayak ramai sebagai media komunikasi, untuk mengakses seluruh informasi, memberi informasi, memperlihatkan atau menampilkan sesuatu, dan berbagai hal lainnya yang memerlukan jaringan internet dalam penggunaannya.

3. Karakteristik Media Sosial

Media sosial sebagai sebuah perantara dalam menjalin hubungan antar manusia, maka media sosial memiliki 6 karakteristik khusus[25] adalah:

a. Jaringan *(network*)

Infrastruktur penghubung antara berbagai perangkat keras untuk melakukan pertukaran informasi dan berkomunikasi.

b. Informasi (*Information*)

Informasi adalah bentuk utama dari media sosial karena membantu dalam pengenalan awal untuk melakukan komunikasi. Contohnya seperti biodata atau profil yang dituju, konten dari pengguna, dan lain sebagainya.

c. Arsip (*Archive*)

Media sosial dapat menjadi media penyimpanan data bagi penggunanya yang berisi informasi.

[24]Ruli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), hal 11

[25]Ruli Nasrullah, *Media Sosial* : *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media), hal 48

d. Interaktivitas (*Interactive)*

Media sosial ini harus memiliki jangkauan agar terjalin interaksi atau interaktivitas antar penggunanya.

e. Simulasi Sosial (*social simulation*)

Media sosial dapat membantu dalam mensimulasikan keadaan sosial yang sesungguhnya tanpa harus mengalaminya secara langsung.

f. Konten Pengguna (*User-generated Content*)

Konten-konten dalam media sosial baik yang lama ataupun yang baru dapat dibuat oleh para penggunannya, tanpa berpatokan pada konten yang sudah ada sebelumnya.

4. Fungsi Sosial Media

Menurut MC.Quail ia menjelaskan tentang beberapa fungsi utama dari media sosial bagi masyarakat[26] adalah:

a. Informasi, media berfungsi sebagai wadah bagi para pengguna dalam menemukan informasi, pesan, adaptasi, dan kemajuan.

b. Korelasi

1) Media berfungsi bagi para penggunanya sebagai wadah untuk menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.

2) Menunjang kekuasaan dan norma-norma yang sebanding.

3) Mengkoordinasi beberapa tindakan atau kegiatan.

4) Membentuk kesepakatan bagi para pengguna media.

[26] Denis MC.Quail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1992), hal 71

c. Kesinambungan

1) Mengekpresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*subculture)* serta perkembangan budaya baru.

2) Meningkatkan dan melestarikan berbagai nilai-nilai dalam kehidupan.

d. Hiburan

1) Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.

2) Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai kebahagian.

e. Mobilisasi, berfungsi sebagai tempat mengampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, perkembangan ekonomi, pekerjaan, dan dalam bidang agama.

5. Ciri-ciri Media Sosial

Adapun ciri-ciri dari sebuah sosial media,[27] adalah sebagai berikut:

a. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang (khalayakk luas) dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.

b. Isi infomasi pesan muncul tanpa melalui suatu *gatekeeper* dan tidak ada gerbang penghambat dalam penyebarannya.

c. Isi pesan disampaikan secara langsung, tidak terbatas dan online.

d. Konten dapat diterima secara virtual dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda lebih lambat penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna media sosial.

e. Media sosial menjadikan penggunanya sebagai pencipta dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk mematangkan kualitas diri.

[27] Tim Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementrian Perdagangan RI,* (Jakarta: Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI, 2014), Hal 27

f. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas pengguna, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), hubungan (relasi), reputasi (status), kehadiran (*eksis)*, dan kelompok (*group*).

B. Tinjauan Tentang Media Sosial Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video, hal-hal yang dibagikan biasanya juga berkaitan dengan hal-hal yang sedang viral saat itu. Nama instagram berasal dari kata instan sedangkan gram berasal dari kata telegram, dimana Instagram memiliki cara kerja telegramnya sendiri yaitu untuk mengirimkan informasi kepada orang lain secepat mungkin.[28]

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial dari *smartphone* yang khusus digunakan untuk bertukar pesan informasi dengan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jaringan sosial termasuk instagram pribadi. Salah satu fitur unik yang dimiliki instagram adalah pemotongan foto menjadi bentuk persegi, sehingga tampak seperti palanoid dan kamera kodak *instamatic* serta mampu melakukan pengeditan foto sebelum diunggah dan jumlah foto yang dapat diunggah juga tidak terbatas.[29]

Kevin Systrom dan Mike Krieger adalah pencetus lahirnya sebuah aplikasi instagram. Aplikasi instagram ini resmi dirilis pada tanggal 06

---

[28]Nuruddin, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi,* (Yogyakarta : DPPM DIKTI, 2012), hal 54

[29]Maria Ulfa, *Efektifitas Instagram dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru*, Jom Fisip, Vol. 5 No.1 tahun 2018, hal 3

Oktober 2010 untuk platfrom IOS. Pada hari pertama dirilis terdapat sebanyak 25 ribu pengguna yang langsung mengakses aplikasi ini. Dalam waktu sekejap Instagram mampu menjangkau banyak pengguna, buktinya terhitung sekitar 8 bulanan sejak instargam dirilis, pengguna aplikasi ini bisa mencapai lebih kurang 5 juta pengguna.

2. Indikator Instagram

Instagram sebagai sebuah aplikasi media sosial, ia memiliki beberapa indikator,[30] yaitu sebagai berikut:

a. *Hastag* (#)

Hastag adalah fitur atau konten dari aplikasi instagram yang memudahkan untuk menentukan topik tertentu dalam bentuk tagar pada setiap *update-an* dan untuk mengkategorikan foto dan video yang sama. Fitur ini adalah salah satu bagian terpenting karena sangat membantu pengguna dengan mudahnya untuk menemukan foto atau video termasuk tentang apapun yang tersebar di instagram dengan kategori tertentu.

b. Mentions

Mentions adalah fitur atau konten dari instagram yang memudahkan untuk memanggil dan menyapa pengguna lain untuk memberikan informasi tertentu baik dari akun kita ataupun akun orang lain. Hal ini berguna untuk mempersingkat ketika pengguna ingin menyebut nama orang agar tidak terjadi kesalahan ketika ingin mencantumkan di *caption* atau saat penggunaan kolom komentar.

[30]Dwi Bambang Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2015), hal 45-67

c. *Follow*

Follow adalah fitur atau konten yang penting dari aplikasi instagram. Instagram adalah salah satu media komunikasi, dapat dikatakan komunikasi karena ada interaksi yang terjadi antara pengguna. Jadi untuk melakukan interaksi tersebut atau hubungan dengan pengguna lain maka dilakukan dengan cara mengikuti akun pengguna lain.

d. *Like* dan Komentar

Like dan Komentar adalah fitur ataupun konten dari instagram sehingga kita dapat mengetahui seberapa besar kualitas foto ataupun video yang kita bagikan serta menjelaskan makna dari foto atau video tersebut yang dituangkan dalam *caption*. Sedangkan komentar adalah untuk memudahkan interkasi pengguna dalam menjaga tali silaturahmi dengan membentuk komunikasi didalamnya, karena komentar tidak hanya kritik, saran, dan pujian, tetapi sebagai masukan bagi konten yang dibagikan.

e. *Stories* atau cerita instagram

Stories atau cerita instagram adalah jendela foto atau video yang ditampilkan pada profil instagram, namun memiliki batas waktu dalam tampilannya. Tampilan tersebut akan hilang dalam batas waktu 1X24 jam. Sedangkan untuk durasi foto atau video akan hilang dan berganti dalam waktu 1 menit. Fitur ini digunakan unutk membagikan momen sekilas yang nantinya dapat dilakukan dengan membagikan konten pengguna lain ataupun konten sendiri.

3. Manfaat Instagram

Sebagai sebuah aplikasi dari media sosial, maka instagram dapat menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi dan berita, hiburan, promosi produk, hingga kegiatan sehari-hari orang lain. Instagram juga dapat dijadikan sebagai wadah untuk mendapatkan popularitas dan eksistensi bagi orang yang menggunakannya.[31] Instagram bisa dijadikan tempat peluang bisnis usaha, media komunikasi, media hiburan, media informasi, dan hal lainnya.

4. Kelemahan dan Kelebihan Instagram

Berikut merupakan kelemahan dan kelebihan yang dimiliki oleh aplikasi instagram,[32] yaitu:

a. Kelemahan Instagram

1) Menjadi tempat ajang unjuk diri kepopularitasan bagi sebagian orang.
2) Menampilkan informasi yang sangat beragam dan bisa saja sebagai informasi tersebut menjadi tidak layak untuk dilihat oleh remaja dan anak-anak yang mengandung unsur negatif.
3) Menampilkan contoh-contoh kegiatan yang membuat penggunanya jauh dari nilai-nilai keagamaan dalam berperilaku dan bertindak.

b. Kelebihan Instagram

1) Memperluas jaringan, koneksi dan *circle* pertemanan.

---

[31]Bimo Mahendra, *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram*, (Jurnal Visi Komunikasi Online, Vol. 16 No.01, hal 154), Diakses 5 Juni 2021

[32]Reni Ferlitasari, *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja: Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung*, Skripsi, (Lampung: UIN Raden Intan, 2018), hal 22, Diakses pada 5 Juni 2021

2) Menyebarkan kegiatan-kegiatan positif dan kegiatan keagamaan untuk memberikan contoh yang baik dalam berperilaku dan bertindak.
3) Mengabadikan momen berupa foto dan video pada galeri akun pengguna.
4) Adanya layanan lokasi dan waktu untuk menunjukkan tempat dimana dan kapan foto tersebut diambil.
5) Menjadi sarana untuk peluang usaha, promosi, dan beriklan.
6) Menjadi sarana untuk menunjukkan popularitas dan eksistensi diri.

Instagram juga bisa digunakan sebagai tempat membuka sebuah usaha bisnis, melakukan perdagangan, media hiburan, media informasi, media komunikasi, dan media mencari info lowongan pekerjaan, serta hal-hal lainnya yang bisa diakses melalui instagram.

C. Tinjauan Tentang Perilaku Beragama

1. Pengertian Perilaku Beragama

Perilaku adalah cara berbuat, bertindak, atau menjalankan sesuatu dengan sifat yang layak bagi masyarakat.[33] Dalam kamus besar bahasa Indonesia, perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap ransangan atau lingkungan sekitarnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku adalah cara berbuat atau bertindak dari dalam diri seseorang yang bisa saja dipengaruhi oleh kesadaran diri sendiri, berdasarkan pengalaman, berdasarkan media yang dilihat, dan juga berdasarkan lingkungan sekitar.

[33]Purwadaminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Terbaru*, (Surabaya: Amaliya Surabaya, 2003), hal 302

Perilaku seorang remaja dapat diukur dari kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan bersama teman-temannya, minat-minat apa saja yang mereka miliki, dan bagaimana opini mereka tentang hal yang berlangsung. Meskipun rentang usia dari remaja dapat bervariasi terkait dengan lingkungan budaya dan historinya. Di Amerika Serikat dan sebagian besar budaya lainnya masa remaja dimulai pada usia sekitar 10 sampai 13 tahun dan berakhir pada usia 18 sampai 22 tahun.[34] Menurut ahli Robert H.Thouless dalam bukunya Pengantar Psikologi Agama menjelaskan, agama adalah sejenis dunia spiritual yang mengajukan tuntutan-tuntutan terhadap perilaku, cara berpikir seseorang, dan perasaan seseorang.[35]

Jadi dari uraian mengenai perilaku dan agama tersebut maka dapat dilihat juga mengenai pengertian perilaku beragama. Menurut Abdul Aziz Ahyadi, perilaku beragama adalah pernyataan atau ekpresi kehidupan kejiawaan manusia yang nantinya dapat diukur, dihitung, dan dipelajari serta diwujudkan dalam bentuk berupa kata-kata, perbuatan, atau tindakan jasmaniah yang berkaitan dengan pengalaman ajaran agama Islam.[36] Thouless juga memberikan pengertian mengenai sikap keagamaan yaitu terpusat sekitar kepercayaan terhadap adanya Tuhan.

Sedangkan Djamaludin Ancok dan Fuad Nasori S memberikan pengertian bahwa keagamaan diwujudkan dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Aktifitas mengenai keagamaan ini yidak hanya ketika seseorang

---

[34]Jhon W.Santrock, *Perkembangan Anak*, (Jakarta: PT Erlangga, 2007), hal 20

[35]Robert H. Thouless, *Pengantar Psikologi Agama, terjemahan Machnun Husein*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), hal 21

[36] Abdul Aziz Ahyadi, *Psikologi Agama Kepribadian Muslim Pancasila*, (Jakarta: Sinar Baru, 1988), hal 28

melakukan perilaku yang berhubungan dengan spiritual (beribadah) saja, tetapi juga dilihat saat melakukan aktifitas lain yang didorong oleh kekuatan yang berasal dari dalam bathin seseorang.[37]

Drs H.M Hafi Anshori memberikan juga definisi tentang perilaku beragama yaitu sebagai kelakuam religius menurut sepanjang ajaran agama berkisar dari perbuatan-perbuatan ibadah, amal shaleh, akhlak, baik secara vertikal terhadap Tuhan ataupun secara horizontal sebagai makhluk.

Berdasarkan penjabaran diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa, perilaku beragama adalah cara berindak atau berbuat seseorang yang seharusnya berlandaskan kepada aturan dan norma yang berhubungan dengan keagamaan. Bagi umat Islam, perilaku beragama yang dimaksud adalah bagaimana seseorang melaksanakan segala ibadah dan perintah Allah SWT, dan bagaimana seseorang berusaha menjauhi segala larangan dari Allah SWT.

Teori keberagamaan dari Glock dan Stark menjelaskan bahwa keberagamaan seseorang dapat dilihat dengan memperhatikan semua dimensi. Dimensi ini meliputi dimensi ideologis (keyakinan atau ibadah), dimensi ritualistik (praktek agama atau ibadah), dimensi eksperensial (pengalaman), dimensi intelektual (pengetahuan agama), dan dimensi konsekuensial (pengamalan atau akhlak).

Perilaku beragama yang dilakukan oleh seseorang bisa saja berubah-ubah sesuai dengan faktor yang mendasarinya.Baik itu yang berasal dari

[37] Djamaludin Ancok dan Fuad Nasori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi* , (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), hal 76

faktor internal ataupun faktor eksternal. Keduanya akanmendominasi perubahan perilaku beragama seseorang karena ini berdasarkan kepada apa yang sering dilihat dan apa yang menjadi contoh berperilaku pada saat itu.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Beragama

Perilaku seseorang akan terus berubah-ubah sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya. Menurut Jalaludin, perilaku beragama seseorang dapat dipengaruhi oleh bebrapa faktor, diantaranya yaitu faktor internal dan faktor eksternal yang berasal dari diri seseorang. Berikut pemaparan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku beragama, yaitu:

a. Faktor Internal

Faktor internal ini dibagi menjadi dua bagian yaitu faktor biologis dan faktor sosiopsikologis.Faktor bilogis yang dimaksud adalah faktor yang terlihat dalam seluruh kegiatan manusia.Sedangkan faktor sosiopsikologis adalah manusia sebagai makhluk sosial memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya.[38]

1) Kepribadian

Kepribadian atau yang biasa disebut sebagai jati diri seseorang, yang dapat dijadikan sebagai pembeda antara satu individu dengan individu lainnya.Setiap orang memiliki jati diri atau kepribadian yang berbeda-beda. Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap

[38] Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992), hal 34

individu. Hal ini dapat menjadi satu faktor yang dapat mempengaruhi cara berperilaku seseorang, termasuk perilaku beragama.

2) Tingkat Usia

Perkembangan usia yang terjadi dalam diri seseorang dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat pemahaman seseorang mengenai sesuatu. Semakin tinggi usia seseorang biasanya ia semakin bisa memahami hal-hal yang berkembang disekitarnya. Usia remaja yang masuk dalam kategori siswa dan siswi ini juga dapat dijadikan sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku beragama seseorang. Hal ini karena usia remaja termasuk usia labil dan usia dimana seseorang masih mudah terpengaruh oleh hal-hal sekitar.

3) Hereditas Jiwa

Saat seseorang melakukanm segala sesuatunya yang melanggar kaidah agama atau norma, biasanya dapat menimbulkan perasaan bersalah atau berdosa dari dalam dirinya.Hal ini juga dapat dijadikan sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melihat perilaku beragamanya.

4) Kondisi Kejiwaan

Kondisi kejiwaan menurut Sigmund Freud yaitu gangguan kejiwaan yang ditimbulkan oleh konflik yang tertekan di alam ketidaksadaran manusia sehingga dapat menimbulkan gejala kejiwaan yang abnormal seperti yang bersumber dari kondisi saraf, kejiwaan, dan kepribadian. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi kejiwaan

seseorang dapat mempengaruhinya dalam memahami kaikdah dan norma agama.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku beragama seseorang adalah faktor yang berasal dari luar diri manusia, hal ini dapat dilihat dari mana lingkungan dan keadaan seseorang tersebut hidup dan berkembang.

1) Lingkungan Keluarga

Keluarga adalah pemegang peranan utama, terbesar, dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh yang ditanamkan orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.Oleh karena itu, lingkungan keluarga adalah faktor pertama yang dapat mempengaruhi perilaku beragama seseorang.

2) Lingkungan Institusioanl

Lingkungan institusional adalah lingkungan yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilakuseseorang.Lingkungan insitusional ini dapat berupa lingkungan formal ataupun norformal, seperti lingkungan pendidikan atau lingkungan organisasi.Dalam hal ini, terdapat kelompok yang memberikan pengaruh secara langsung adalah kelompok individu yang menjadi anggotanya dan saling berinteraksi.Sedangkan

kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok individu yang tidak menjadi anggota dalam kelompok tersebut.

3) Lingkungan Masyarakat

Lingkungan yang biasa tempat seseorang menghabiskan waktu adalah lingkungan masyarakat.Lingkungan masyarakat ini biasanya memberikan pengaruh yang besar terhadap pembentukan perilaku seseorang, tidak terkecuali perilaku beragama seseorang.Baik itu kegiatan yang bersifat positif dan bersifat negatif.Contoh, lingkungan masyarakat yang tinggi tingkat spiritualnya akan mempengaruhi perilaku beragama seseorang dan sebaliknya.

4) Media Massa

Media massa adalah sebuah media yang saat ini termasuk salah satu faktor yang sangat mempengaruhi perilaku seseoranng. Tidak terkecuali adalah remaja yang masih labil dan mudah dipengaruhi. Media massa sebagai media komunikasi atau informasi dapat memungkinkan untuk menyebarluaskan contoh perilaku-perilaku dan moral yang baik, namun begitu juga sebaliknya.[39]

3. Indikator Perilaku Beragama

Terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi dalam perilaku beragama seseorang,[40] yaitu:

[39] M. Sayyid Muhammad Az-Za'balawi, *Pendidikan Remaja:Islam dan Ilmu Jiwa,* (Jakarta: Gema Insani, 2007), hal 447-460

[40]M. Nur Ghufron dan Rini Risnawita S, *Teori-teori Psikologi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), hal 170-171

a. Dimensi Ideologis (Dimensi Keyakinan).

Dimensi ini adalah dimensi dari perilaku beragama seseorang yang dapat dilihat atau berkaitan sesuai denganapa yang harus dipercayai. Obyek yang dapat dilihat dari dimensi ini adalah seperti yakin dengan adanya Allah SWT, percaya pada takdir Allah SWT, dan mempercayai adanya kehidupan dunia dan akhirat.Selain itu, dalam Islam ini juga biasa disebut sebagai aqidah.

b. Dimensi Ritualistik (Dimensi Praktik Agama).

Dimensi ini adalah dimensi dari perilaku beragama seseorang yang dapat dilihat dari bagaimana seseorang melakukan dan menunaikan ritual-ritual agamanya.Dalam agama Islam, dimensi ini disebut juga dengan kata lain ibadah. Comtoh ibadah antara lain seperti melaksanakan shalat, melaksanakan puasa, menunaikan zakat, membaca Al-Qur'an, berdo'a kepada Allah SWT, dan berdzikir setalah shalat.Selain itu, dimensi ini juga biasa disebut dengan dimensi ibadah.

c. Dimensi Eksperensial (Dimensi Pengalaman).

Dimensi ini adalah dimensi dari perilaku beragama seseorang yang dapat dirasakan berdasarkan hal yang pernah dialami dan pernah dirasakan. Dalam agama Islam, seperti contoh saat perasaan terasa sangat dekat dengan Allah SWT, perasaan akan do'a-do'a yang terkabul, perasaan senang saat mendengarkan ayat-ayat suci, perasaan senang saat melakukan perintah Allah SWT, perasaan bersyukur, perasaan mendapat

peringatan dari Allah, dan perasaan mendapat pertolongan dari Allah SWT.

d. Dimensi Intelektual (Dimensi Pengetahuan Agama).

Dimensi ini adalah dimensi dari perilaku seseorang yang dapat dilihat dari seberapa besar seseorang umat memahami tentang ajaran agamanya.Perilaku ini dalam Islam, seperti contoh mengikuti kegiatan keagamaan, memperdalam ilmu agama, membaca buku agama, menonton atau melihat konten tentang keagamaan, mendengarkan ceramah agama, dan suka berdiskusi mengenai keagamaan.

e. Dimensi Konsekuensional (Dimensi Pengamalan).

Dimensi ini adalah dimensi perilaku beragama seseorang yang dapat dilihat dari bagaimana seseorang bertindak dan berperilaku sesuai dengan ajaran agamanya.Dalam Islam, dimensi ini seperti contoh menjalin silaturahmi dengan saudara, saling tolong menolong, jujur dalam kata dan bertindak, menghormati orang tua dan guru, mudah memaafkan kesalahan orang lain, dan berpakaian sesuai dengan syariat Islam.Selain itu, dalam Islam, dimensi ini juga biasa disebut dengan akhlak.

4. Bentuk-bentuk Perilaku Beragama

Bentuk dari perilaku beragama ini dijelaskan oleh Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso yang mengutip dari teori keberagamaan

dari Glock dan Stark.[41] Mereka menjelaskan bahwa perilaku beragama seseorang ini tidak hanya dilihat ketika seseorang melakukan ritual ibadahnya saja, tetapi juga saat melakukan aktifitas lain yang didorong oleh kekuatan hati seseorang. Kegiatan ini bisa saja kegiatan yang tampak langsung dilakukan ataupun yang langsung berasal dari hati seseorang. Bentuk-bentuk perilaku beragama seseorang dilihat berdasarkan banyak dimensi, diantaranya:

a. Kepercayaan dan keyakinan

   Bentuk perilaku beragama ini bisa dilihat saat bagaimana seseorang percaya akan adanya Allah SWT (tuhan pencipta), percaya adanya nabi dan rasul sebagai manusia pilihan, dan percaya akan perintah-perintah serta larangan pencipta. Jika disebutkan dalam dimensi keberagamaan, maka ini masuk kedalam kategori dimensi keyakinan.

b. Praktik agama (ibadah)

   Bentuk perilaku beragama ini berkaitan dengan hal-hal yang ditetapkan oleh agama itu sendiri. Bentuk perilaku beragama dalam hal ini sangat banyak, diantaranya; shalat, puasa, zakat, membaca Al-Qur'an, dan lainnya.

c. Perasaan keagamaan atau pengalaman keagamaan

   Bentuk perilaku beragama ini berkaitan dengan bagaimana seseorang menghayati dan melakukan segala aktifitas keagamaan dengan khusyuk dan ikhlas. Contohnya seperti bagaimana seseorang merasa

[41]Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hal 76

sangat bersyukur dengan apa yang diberikan oleh sang pencipta dan bagaimana seseorang dengan khusyuk saat melakukan ibadah shalat.

d. Pengetahuan agama

Bentuk perilaku beragama dalam hal ini adalah bagaimana seseorang mencari dan menggali mengenai ilmu keagamaan. Salah satu contohnya adalah ilmu fiqih yang didalamnya banyak menjelaskan mengenaci cara beribadah dan menjelaskan segala sesuatunya yang berghubungan dengan Islam.

e. Pengamalan

Bentuk perilaku beragama ini maksudnya adalah bagaimana seseorang mengamalkan apa yang sesuai dengan perintah agamanya. Tentu hal ini tidak lepas dari nilai-nilai keagamaan itu sendiri. Bentuknya adalah saling tolong menolong, berpakaian sesuai dengan syari'at agama, menghormati orang tua dan guru, jujur dalam berkata, sopan santun, menyayangi orang yang lebih kecil, dan tidak berkata kasar.

5. Unsur-unsur Perilaku Beragama

Menurut Endang Saifudin Anshari, ia mendefinisikan unsur-unsur dari perilaku keagamaan,[42] adalah:

a. Satu sistem *Credo* (tata keimanan atau tata keyakinan) atas adanya sesuatu yang mutlak diluar manusia.
b. Satu sistem *ettus* (tata peribadatan) manusia kepada yang dianggap mutlak.

[42] Endang Saifuddin Anshari, *Ilmu Filsafat dan Agama edisi Revisi*,(Surabaya: Bina Ilmu, 2009), hal 110-111

c. Satu sistem *norma* (tata kaidah) yang mengatur hubungan manusia dengan sesama dan manusia dengan alam sekitar.

D. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Beragama

Berdasarkan penjabaran diatas, maka peneliti memperhatikan dua teori yang dapat berhubungan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu tentang perilaku beragama.Pertama, teori keberagamaan dari Glock dan Stark yang melihat dasar keberagamaan seseorang dengan memperhatikan semua dimensi.Dimensi tersebut telah peneliti jelaskan dipenjabaran mengenai indikator perilaku beragama.[43]

Kedua, teori Raymond F. Paloutzian tentang perilaku beragama yaitu orientasi keagamaan seseorang akan mempengaruhi sikapnya, dan begitu juga dengan sikap keagamaannya, maka hal tersebut akan mempengaruhi perilaku beragamanya. Orientasi beragama menurut Raymond, merujuk pada makna iman dan agama dalam kehidupan seseorang.[44]

Selanjutnya yaitu teori yang berhubungan dengan pengaruh media sosial adalah teori Pembelajaran Sosial. Teori ini dikemukakan oleh Albert Bandura. Teori ini berisi penjelasan bahwa masyarakat cenderung meniru apa yang mereka lihat pada media melalui proses setelah dilakukannya pengamatan.Teori ini menjelaskan lebih dalam bahwa perilaku manusia dalam

[43] Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroro, *Psikologi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hal 77

[44] Raymond F.Palaoutzian, *Invitation to Pshychology of Religion*, (Boston: Allyn & Bacon, 1996), hal 200-202

konteks timbal balik yang berkesinambungan antara kognitif, perilaku, dan lingkungan.

Media sosial instagram sebagai sebuah trend yang saat ini banyak digunakan oleh manusia, tak terkecuali bagi siswa dan siswi. Mereka cenderung mudah dipengaruhi oleh hal-hal yang sering mereka lihat tanpa memilih terlebih dahulu apa yang patut mereka contoh dan tidak. Mereka senang melihat foto dan video yang ada diinstagram, sehingga tanpa disadari hal ini membuat mereka mengikuti foto atau video yang mereka lihat tanpa menyeleksinya. Media sosial memberikan pengaruhnya terhadap kehidupan manusia, terkhusus bagi siswa dan siswi madrasah yang sangat sering menggunakan media sosial. Media sosial ini tentu memiliki dampak positif dan dampak negatifnya bagi manusia.

Berikut merupakan dampak positif dan dampak negatif dari penggunaan media sosial instagram,[45] yaitu:

1. Dampak Positif

   Instagram merupakan aplikasi yang memungkinkan penggunanya membagikan informasi pribadi berupa foto dan video.Selain membagikan ke akun instagram, pengguna juga bisa membagikan informasi pribadi ke media sosial lainnya. Pengguna juga mudah mendapatkan informasi terbaru tentang hiburan, pengetahuan agama, pengetahuan umum, gaya hidup masa kini, dan update berita terkini. Selain itu, dengan adanya media sosial instagram, siswa dan siswi dapat melihat apa saja kajian dakwah terbaru,

[45]Nurul Fadhila Ulfa, *Skripsi Dampak Penggunaan Istagram Terhadap Gaya Hidup Remaja,* (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2019), hal 26, Diakses pada 4 Juni 2021, pukul 13.45 Wib

bagaimana berpakaian syar'i seperti yang dicontohkan oleh ustad dan ustadzah di media sosial instagram.

2. Dampak Negatif

Dampak negatif penggunaan instagram bagi siswa dan siswi adalah mereka menjadi mudah terpengaruh dengan apa yang ditampilkan oleh konten-konten dimedia sosial instagram, siswa dan siswi juga kurang percaya diri dengan penampilannya sehingga cenderung meniru apa yang ada diinstagram (terlebih jika konten-konten yang dilihat jauh dari kaidah-kaidah ajaran Islam).

Pengawasan yang kurang dalam penggunaan instgaram juga mengakibatkan terganggunya waktu para remaja dalm berkomunikasi dengan lingkungan sekitarnya. Perilaku beragama siswa dan siswi diduga juga mudah dipengaruhi. Waktu belajar juga menjadi kurang dan tidak efektif akibat sering bermain media sosial. Jika tidak bisa menyeleksi dan mengontrol diri masing-masing, maka siswa dan siswi menjadikan media sosial Instagram adalah sebuah ajang unjuk diri atau memamerkan segala sesuatunya.

Tidak hanya menjadi faktor pendorong perubahan perilaku beragama, kehidupan nyata dan kehidupan maya yang dijalani terkadang sangat berbeda. Mereka kurang bisa memilih dan menyeleksi contoh perilaku dan moral yang bida diikuti atau tidak. Ancaman terbesar dari media sosial adalah dapat menimbulkan kepalsuan hubungan karena tidak smeua orang tahu kredibilitas seseorang berdasarkan profil yang ada dimedia sosial.

Hubungan yang dikembangkan disosial media juga cenderung santai dan menyebabkan gejolak emosional yang mendorong orang mempercayai orang lain secara cepat.[46]

E. Penelitian Relavan

Berikut ini adalah beberapa literatur dari penelitian yang juga mengkaji tentang pengaruh media sosial yaitu:

1. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja oleh Reni Ferlitasari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial instagram memberikan pengaruh kepada remaja Rohis di SMA Perintis I Bandar Lampung lewat penggunaan fitur-fitur yang disajikan karena dengan adanya media sosial instagram remaja Rohis dapat terpengaruh dalam perilaku sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai keislaman. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah yang pertama, penelitian ini terfokus pada 3 dimensi saja, sedangkan oleh peneliti terfokus kepada 5 dimensi. Kedua, lokasi penelitian yang dilakukan oleh Reni kepada remaja Rohis di SMA Perintis I Bandar Lampung, sedangkan oleh peneliti dilakukan di MAN 1 Kota Padang Panjang. Persamaannya dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku beragama dan sama-sama menggunakan teori keberagamaan dari Glock dan Stark.[47]

---

[46]Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpersonal*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015), hal 326

[47]Skripsi Reni Ferlitasari, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja*, (Lampung: UIN Raden Intan, 2017), Diakses pada tanggal 6 Desember 2021 pukul 11.31 Wib

2. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa oleh Ade Soraya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapatnya hubungan yang rendah tapi pasti antara mahasiswa Unversitas Sumatera Utara dengan Media Sosial Instagram. Hal ini menjadikan gaya hidup mahasiswa bergantung dan dipengaruhi oleh konten-konten yang disaksikan melalui aplikasi intagram. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian ini berfokus pada perubahan gaya hidup, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan berfokus pada perubahan perilaku beragama. Selain itu, penelitian yang peneliti lakukan juga dilakukan terhadap siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri bukan terhadap mahasiswa. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh media sosial instagram dan sama-sama menggunakan metode kuantitatif.[48]
3. Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan oleh Alfin Khosyatillah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku memiliki 3 bentuk operasional yaitu pengetahuan, sikap, serta tindakan dari bagaimana perilaku yang ditimbulkan akibat penggunaan media sosial yang memiliki dampak positif bagi yang bisa memanfaatkan dengan baik akan tetapi sebaliknya akan berdampak negatif jika seseorang menggunakannya dengan hal-hal yang sia-sia tidak berguna. Perbedaan dari penelitian oleh Alfin dengan yang peneliti lakukan adalah metode yang dipakai, serta Alfin memfokuskan pada dampak media sosial secara umum, sedangkan yang

[48]Skripsi Ade Soraya, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2019), Diakses pada tanggal 1 Juni 2021 pukul 19.00 Wib

peneliti lakukan adalah berfokus pada pengaruh media sosial instagram saja. Persamaan penelitian oleh Alfin dengan yang peneliti lakukan adalah sama-sama mengkaji tentang perilaku beragama dan sama-sama memiliki jenis penelitian lapangan.[49]

Tabel 2.1

Penelitian Relavan

NO	BAGIAN	Skripsi Reni Ferlitasari	Skripsi Ade Soraya	Skripsi Alfin Khosyatillah
1	Nama Peneliti	Reni Ferlitasari	Ade Soraya	Alfin Khosyatillah
2	Judul Penelitian	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa	Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan
3	Persamaan	Meneliti tentang pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku	Meneliti tentang pengaruh media social instagram dan menggunakan metode kuantitatif.	Meneliti terhadap perilaku beragama dan menggunakan jenis penelitian lapangan

[49] Skripsi Alfin Khosyatillah, *Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018), Diakses pada tanggal 9 Desember 2021 pukul 07.16 Wib

		beragama dan sama-sama menggunakan teori keberagaman dari Glock dan Stark		
4	Perbedaan	Penelitian ini terfokus hanya pada 3 dimensi saja serta lokasi Penelitian dilakukan terhadap remaja Rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung.	Penelitian ini berfokus untuk melihat pengaruhnya terhadap gaya hidup serta lokasi Penelitian dilakukan di Universitas Sumatera Utara.	Metode yang digunakan adalah kualitatif dan berfokus pada media sosial secara umum.

Sumber : Olahan Data Peneliti

F. Kerangka Konseptual

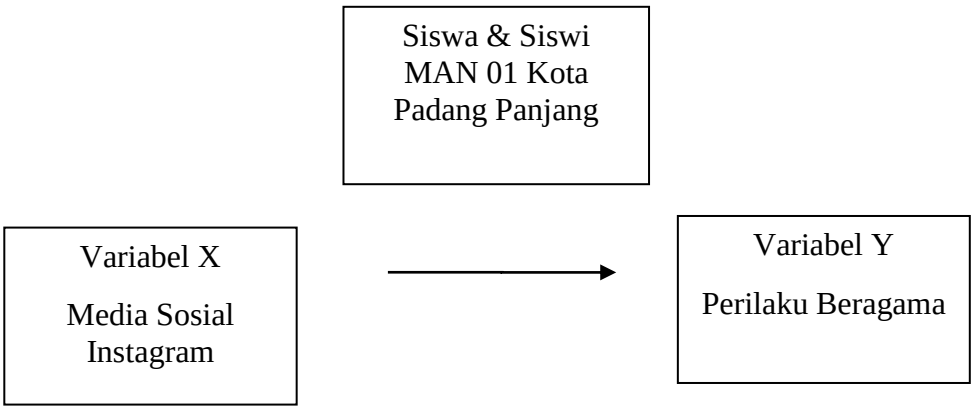
Pengertian dari Kerangka konsep adalah merupakan argumentasi kita dalam merumuskan sebuah hipotesis. Untuk merumuskan sebuah hipotesis, maka argumentasi kerangka berpikir menggunakan logika deduktif dengan

memakai pengetahuan ilmiah sebagai premis-premis dasarnya.[50] Berdasarkan pengertian diatas, maka didalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah media sosial instagram.Sedangkan untuk variabel terikatnya adalah perilaku beragama. Dari kerangka konseptual dibawah ini maka dapat dilihat bahwasannya diduga ada hubungan antara penggunaan media sosial terhadap perilaku beragama seseorang.

Kerangka 2.1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Data Peneliti

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis secara bahasa mempunyai dua kata yaitu *hupo* (sementara) dan *thesis* (pernyataan atau teori). Hipotesis ini adalah sebuah pernyataan yang bersifat sementara yang belum teruji kebenarannya atau masih bersifat lemah.

[50]Husaini Usman, dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal 34

Menurut Sudjana, hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya.

Berdasarkan kajian teori dan kerangka konseptual yang telah dijelaskan, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi MAN 1 Kota Padang Panjang

H_a : ada pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi MAN 1 Kota Padang Panjang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian yang bersifat korelasi.Jenis penelitian ini tergolong kepada penelitian lapangan (*field research*) yaitu, pengumpulan data langsung dari lokasi penelitian.[51] Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, serta penampilan hasilnya.[52]

Sedangkan penelitian korelasi adalah studi yang bertujuan untuk mengungkapkan hubungan antarvariabel melalui penggunaan statistik korelasional.[53] Penelitian korelasi ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara dua atau beberapa variabel.[54] Penelitian yang bersifat korelasional ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian yaitu Penelitian ini dilakukan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 yang berlokasi di Kelurahan Ganting, Kecamatan Padang Panjang Timur, Kota Padang Panjang, Provinsi Sumatera Barat.

---

[51] Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), hal 5

[52] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hal 12

[53] Emzir, *Metodelogi Penelitian Pendidikan : Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal 46

[54] Suharsimi Arikunto, *Menajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hal 236

2. Waktu Penelitian yaitu penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari-Mei berdasarkan surat rekomendasi penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karaketristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[55] Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang yang dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.1

Jumlah Populasi Penelitian

No	Kelas	Populasi
1	XI IPA	62 orang
2	XI IPS	68 orang
3	XI IK	84 orang
Jumlah		214 orang

Sumber: Staf MAN 01 Kota Padang Panjang

Jadi, dapat disimpulkan bahwa peneliti mengambil jumlah populasi sebanyak214 orang.

[55] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 117

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi.Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[56] Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).[57] Alasan peneliti menggunakan sampel dalam penelitian ini adalah karena jumlah populasi sebanyak 214 orang, yang tergolong banyak. Oleh karena itu penulis tidak menggunakan populasi dalam penelitian ini, tetapi menggunakan sampel.

Peneliti menggunakan pengambilan sampel dengan teknik *propotional random sampling.* Pengambilan sampel dilakukan secara proposional (seimbang) dan random sehingga semua siswa yang menjadi subjek penelitian memiliki kesempatan yang sama untuk dapat dipilih menjadi sampel penelitian.[58] Cara pengambilan sampel secara proposional pada penelitian ini akan menggunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, adalah:

$$\mathbf{n} = \frac{N}{Nd^2+1}$$

[56] Ibid, Sugiyono, hal 118

[57] Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal 63

[58] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hal 182

Keterangan:

1. n= Jumlah Sampel
2. N=Jumlah Populasi
3. d^2= Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 90%)

Dari keterangan diatas maka dapat diperoleh sampel sebagai berikut:

$$n=\frac{214}{214\times 0,1^2+1}$$

$$n=\frac{214}{214\times 0,01+1}$$

$$n=\frac{214}{3,14}$$

n=68,15

Sampel keseluruhan (representatif) pada penelitian ini adalah 68,15 yang akan dibulatkan menjadi 69 siswa dan siswi.

Setelah mendapatkan sampel penelitian berdasarkan rumus diatas, maka akan dicari sampel proposional. Menentukan jumlah sampel proposional berdasarkan jumlah sampel representatif, besarnya sampel yang telah ditetapkan tersebut digunakan untuk menentukan jumlah sampel masing-masing kelas dengan rumus sebagai berikut:[59] Cara pengambilan sampel secara random dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan undian nomor absen siswa. Nomor absen siswa ditulis pada secarik kertas, kemudian digulung, dikocok seperti pengundian arisan.

[59] A.Muri Yusuf, *Metodologi Penelitian*, (Padang: UNP Pers, 2005), hal 198

$$\text{Sampel} = \frac{populasi}{total\ populasi} \times total\ sampel$$

Tabel 3.2

Jumlah Sampel Penelitian

No	Nama Kelas	Hitungan Sampel	Ukuran Sampel
1	XI IPA	$\frac{62}{214} \times 69 = 19{,}9$	20 Orang
2	XI IPS	$\frac{68}{214} \times 69 = 21{,}9$	22 Orang
3	XI IK	$\frac{84}{214} \times 69 = 27{,}0$	27 Orang
Jumlah Sampel			69 Orang

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Maka dapat disimpulkan bahwa sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah sebanyak 69 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti adalah Angket. Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.[60] Angket atau kusioner adalah sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang digunakan memperoleh informasi dari responden dalam artian laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.[61]

Dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa angket adalah suatu bentuk dokumen tertulis yang digunakan untuk mencari tahu data dari

[60]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hal 199

[61] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hal 194

pribadi seseorang yang dibuat dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan yang akan dijawab sesuai dengan keadaan dirinya. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan angket perilaku beragama siswa dan siswi madrasah aliyah dengan menggunakan skala likert dalam bentuk checklist untuk mengukur cara berperilaku keagamaan siswa dan siswi madrasah aliyah. Skala likert adalah angket yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.[62] Berikut merupakan alternatif jawaban untuk angket yang akan peneliti gunakan adalah:

Tabel 3.3

Pedoman Alternatif Jawaban Angket

No	Media Sosial Instagram	Perilaku Beragama
1	Selalu (SL)	Selalu (SL)
2	Sering (S)	Sering (S)
3	Kadang-kadang (K)	Kadang-kadang (K)
4	Jarang (J)	Jarang (J)
5	Tidak Pernah (TP)	Tidak Pernah (TP)

Sumber: Olahan Data Peneliti

Pada *alternative* jawaban diatas, masing-masing pertanyaan nantinya akan terdiri dari jawaban yang mengandung nilai positif dan nilai negative. Nilai positif mengandung point 5,4,3,2, dan 1. Sedangkan untuk nilai

[62] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* (Bandung : Alfabeta, 2011), hal 93

negative mengandung point 1,2,3,4, dan 5. Penyusunan angket penelitian ini disesuaikan dengan indikator dari masing-masing variable.

Selanjutnya kisi-kisi instrumen dalampenelitian ini adalah sebagai berikut:

Table 3.4

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Deskripsi
1	Media Sosial Instagram	Fitur atau bagian Media Sosial Instagram	1. *Hastag* (#)	Membantu pengguna dalam mengkategorikan foto dan video yang dicari atau dibagikan.
			2. Mentions	Membantu pengguna dalam mencari, memanggil, dan menandai pengguna lain untuk memberikan sebuah informasi baik dari akun poengguna sendiri atau dari akun pengguna lain.
			3. Follow	Fitur ini adalah bagian dari maksud komunikasi melalui

				sosial media antara pengguna yang satu dengan pengguna yang lain. Untuk melakukan komunikasi atau interaksi tersebut maka harus memfollow akun pengguna lainnya. Dalam hal ini pengguna juga bisa mengikuti akun-akun positif yang memberikan contoh tentang berperilaku sesuai agama.
			4. *Like* dan komentar	Fitur ini memberikan peluang untuk melihat seberapa besar kualitas foto atau video yang dibagikan disukai oleh banyak orang. Sedangkan komentar digunakan untuk interkasi antara pengguna yang satu dan lainnya dengan meninggalkan kata-kata di sebuah foto

				dan video.
			5. *Stories* atau cerita instagram	Fitur ini memberi peluang bagi penggunanya untuk membagikan foto atau video dalam jangka waktu sebentar, baik itu membagikan konten dari pengguna lain atau sebaliknya.
2	Perilaku Beragama	Indikator Perilaku Beragama	1. Dimensi Ideologis (Keyakinan/Aqidah)	Perilaku beragama inidapat dilihat saat bagaimana seseorang yakin akan adanya sang pencipta (Allah SWT) dan sebagainya.
			2. Dimensi Ritualistik (Praktik Agama/Ibadah /Syari'ah)	Perilaku beragama dalam dimensi ini bisa dilihat dari pelaksanaan ibadah-ibadah serta perintah yang ada dalam ajaran agama. Seperti shalat, puasa, dakwah, dan sebagainya.
			3. Dimensi Eksperensial (Pengalaman)	Perilaku beragama dalam dimensi ini dapat dilihat saat merasakan kedekatan

				dengan Allah, merasa mendapat pertolongan atau peringatan dari Allah, dan sebagainya.
			4. Dimensi Intelektual (Penegtahuan Agama)	Perilaku beragama dalam dimensi ini dapat dilihat dari tindakan seseorang saat menonton atau melihat hal-hal keagamaan, dan sebagainya.
			5. Dimensi Konsekuensial (Pengamalan/ Akhlak)	Perilaku beragama dalam hal ini bisa dilihat saat bagaimana seseorang bertindak atau menanamkan akhlaknya, baik itu dengan teman, guru, orang tua, dan sebagainya.

Sumber: Olahan Data Peneliti

2. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.[63] Instrumen valid berarti alat

[63]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hal 211

ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.[64] Jenis uji validitas yang peneliti pakai yaitu jenis validitas isi. Instrumen yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah angket perilaku beragama oleh siswa dan siswi dengan menggunakan skala likert dalam bentuk *checklist*. Instrument berupa skala likert yang telah tersusun, kemudian akan dilakukan uji coba instrumen tersebut. Uji coba akandilakukan terhadap siswa dan siswi madrasah aliyah negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

Dalam menguji validitas sebuah instrument, maka peneliti akan menggunakan*Product Moment Correlation*, dengan rumus[65] sebagai berikut:

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

Keterangan:

R_{xy} : Koefisien korelasi yang dicari

N : Jumlah subjek uji coba (jumlah responden)

X : Jumlah skor setiap butir

Y : Jumlah skor setiap responden

ΣXY : Jumlah perkalian skor dan jumlah skor setiap responden

Σx : Jumlah variabel x

[64]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011) ,hal 172-173

[65]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hal 213

Σy : Jumlah Variabel y

Instrumen valid digunakan jika $r_{xy} \geq 0{,}30$ (r kritis ≥ 0,30). Bila harga korelasi di bawah 0,30, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Berdasarkan kriteria tersebut, maka dari 55 butir pernyataan dinyatakan sebanyak 38 item valid dan 17 item dinyatakan tidak valid. Sehingga dalam hal ini dinyatakan sebanyak 38 item yang valid dan dapat dijadikan sebagai butir pernyataan yang akan dibagikan kepada 69 responden (sampel). Hasil uji validitas dapat dilihat pada pembahasan dan lampiran.

3. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.[66]

Rumus yang akan digunakan dalam uji reliabilitas angket perilaku beragama dengan menggunakan skala likert adalah rumus alpha sebagai berikut:

$$r_{alpha} = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\Sigma\sigma_b^2}{\sigma^2{}_t}\right)$$

Keterangan:

r_{alpha} : Reliabilitas instrumen

[66]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hal 173

k : Banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sigma^2{}_t$: Varian total

$\Sigma\sigma_b^2$: Jumlah varian skor tiap-tiap butir

Menurut Yusuf, sebuah instrumen dikatakan reliabel bila hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha cronbach menunjukkan angka koefesien mencapai 0,82.[67] Untuk mendapatkan hasil yang akurat, peneliti nantinya akan menggunakan bantuan program SPSS. Dalam hal ini, peneliti menggunakan bantuan SPSS versi 16.0. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diperoleh nilai Alpha Chronbach sebesar 0,913. Hal ini berarti bahwa tingkat reliabilitas instrumen penelitian adalah sangat reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada pembahasan dan lampiran.

E. Teknik Pengolahan Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan yang akan dilakukan dalam analisis data adalah pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang akan diteliti, menghitung agar rumusan masalah terjawab, dan untuk menguji hipotesis.[68]

1. Teknik Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui kenormalan data apabila belum ada teori yang menyatakan bahwa variabel yang diteliti

[67]Muri Yusuf, *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hal 242

[68] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* (Bandung: Alfabeta,2011), hal 207

merupakan varaibel yang berdistribusi normal. Uji normalitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji kolmogrov smirnov yaitu dengan membandingkan nilai signifikasi yang diperoleh dengan taraf signifikasi (0,05)[69] adalah sebagai berikut:

$$KD=1{,}36\frac{\sqrt{n^1+n2}}{n1n2}$$

Keterangan:

KD= jumlah Kolmogorov-smirnov yang dicari

n1 = jumlah sampel yang diperoleh

n2 = jumalh sampel yang diharapkan

Penarikan kesimpulan dengan uji normalitas adalah sebagai berikut:

1) Data dikatakan berdistribusi normal, apabila nilai signifikasi lebih besar dari 0,05
2) Data dikatakan tidak berdistribusi normal, apabila nilai signifikasi lebih kecil dari 0,05

b. Uji linearitas

Uji linearitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linear atau tidaknya suatu distribusi data. Pada penelitian ini, akan dilakukan uji linearitas dengan taraf siginifikankurang dari (0,05) menggunakan bantuan program SPSS, maka dapat digambarkan sebagai berikut:

1) Jika Asymp.Siglebih besar dari 0,05 maka H_o ditolak

[69] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, (*Bandung: Alfabeta, 2013), hal 257

2) Jika Asymp.Sig lebih kecil dari 0,05 maka H_o diterima

Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H_o = Distribusi data regresi linear

H_1 = Distribusi data tidak linear

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi Sederhana

Regresi sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Persamaan umum regresi sederhana ini adalah[70]:

$$Y= \alpha + bX$$

Keterangan

Y= variabel terikat (variabel yang diduga)

X= Variabel bebas

a = intersept

b = koefisien regresi

nilai a dan b dihitung dengan rumus yang sederhana yaitu:

nilai a dengan rumus[71] $a= \frac{(\sum Y)(\sum X^2)-(\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2-(\sum X)^2}$

nilai b dengan rumus[72] $b=\frac{n\sum XY-(\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2-(\sum X)^2}$

[70]Iqbal Hasan, dan Misbahuddin, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal 68

[71]Ibid Iqbal Hasan , hal 69

[72]Ibid Iqbal Hasan , hal 69

b. Uji Kebermaknaan

Setelah diperoleh persamaan regresi sederhana dilakukan uji kebermaknaan sederhana dengan langkah sebagai berikut:

1) Menetukan rumus hipotesis H_0 dan H_a

H_0: tidak terdapat pengaruh penggunaan media social instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi madrasah aliyah negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang

H_a :terdapat pengaruh penggunaan media social instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi madrasah aliyah negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang

2) Menentukan uji statistik yang sesuai, uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah F_{hitung}. Dalam hal ini membandingkanF_{hitung}dan F_{tabel}dilakukan dengan kriteria uji sebagai berikut[73]:

a) Jika nilai F_{hitung}> atau ≥ dari F_{tabel}, maka $H_a$diterima dan H_o ditolak.

Artinya terdapat pengaruh antara media sosial instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi madrasah aliyah negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

b) Jika nilai F_{hitung}< atau ≤ dari F_{tabel}, maka H_o diterima dan H_a ditolak.

[73]*Ibid* Iqbal Hasan, hal 157

Artinya tidak terdapat pengaruh antara media sosial instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi madrasah aliyah negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang

c) Membuat kesimpulan H_0 dan H_a ditolak atau diterima.

c. Uji determinasi

Melakukan uji determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi madrasah aliyah negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang. Untuk mengetahui koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah digunakan rumus :

$$D / R = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D / R = Koofesien determinasi

$(r_{xy})^2$ = koofesien korelasi product moment

100% =konstanta

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Madrasah Aliyah Negeri 1 Kota Padang Panjang merupakan salah satu sekolah menengah keatas berbasis keagamaan yang terletak di Kelurahan Ganting Kecamatan Padang Panjang Timur Kota Padang Panjang. MAN 1 Kota Padang Panjang mulanya berawal dari Madrasah swasta Qismul Ali Gunung dan pada tanggal 12 September 1968 dinegerikan melalui SK Menteri Agama RI No. 209 Tahun 1968 menjadi MAN Gunung Padang Panjang.

Sesuai dengan perkembangan program keagamaan dimulai pada tahun 1997 melalui izin penyelenggaraan Program Keagamaan dengan SK Kanwil Departemen Agama Provinsi Sumatera Barat pada tanggal 2 Juli 1997. Seterusnya MAN Gunung Padang Panjang berhasil menjadi salah satu madrasah terkemuka di Kota Padang Panjang dengan menyandang akreditasi A pada tahun 2012, sehingga hal ini menjadi salah satu keberuntungan bagi siswa dan siswinya karena memberikan mereka peluang yang lebih besar untuk diterima di Perguruan Tinggi (PTN) terbaik di Indonesia, Perguruan Tinggi Agama Islam, Politeknik Negeri, dan Politeknik Kesehatan.

Pada Tahun 2017, madrasah ini resmi berganti nama menjadi MAN 1 Kota Padang Panjang. Kepala Madrasah pada tahun 2022 ini dipegang oleh Bapak Julpiadi Hutabarat, S.Ag, M.S.I. MAN 1 Kota Padang Panjang ini melaksanakan proses belajar mengajar menggunakan kurikulum 2013 dengan memiliki 3 Program jurusan yang terdiri dari:

1. Jurusan Ilmu Keagamaan (IK)
2. Jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA)
3. Jurusan Ilmu Pengetahun Sosial (IPS)

Sebagai madrasah keagamaan, MAN 1 Kota Padang Panjang memiliki visi dan misi untuk perkembangan siswa dan siswi yang unggul.[74] Berikut merupakan visi dan misi MAN 1 Kota Padang Panjang. Visi MAN 1 Kota Padang Panjang adalah unggul dalam IMTAQ, Cerdas dalam Berilmu, Mulia dalam Berakhlak dan Berwawasan Lingkungan. Sedangkan misinya adalah sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan pendidikan yang berorientasi pada mutu lulusan yang berkualitas baik secara keilmuan, maupun secara moral, dan sosial serta lingkungan sehat.
2. Mengembangkan sumber daya insani yang unggul dibidang IPTEK dan IMTAQ melalui proses pembelajaran yang efektif dan efesien serta berwawasan lingkungan.
3. Menumbuhkembangkan semangat keunggulan dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi, agama, dan budaya bagi seluruh civitas akademika.
4. Meningkatkan wawasan keilmuan (Teknologi), agama, dan budaya bagi seluruh civitas akademika.
5. Menerapkan Pembelajaran Aktif, Inovatif, Kreatif, Efektif, dan Menyenangkan (PAIKEM).

[74]https://www.mansatupadangpanjang.sch.id/ (diakses pada tanggal 7 April 2022 pukul 20:37)

6. Meningkatkan pencapaian prestasi akademik lulusan dan prestasi non akademik agar siswa mampu melanjutkan pendidikan pada jenjang perguruan tinggi yang berkualitas.
7. Mengoptimalkan penghayatan terhadap nilai-nilai agama untuk dijadikan sumber kearifan dan kesantunan bertindak dan berwawasan lingkungan.
8. Mewujudkan kondisi Madrasah yang disiplin dalam belajar dan beribadah, lingkungan islami dan akhlakul kharimah serta kecintaan dengan kelestarian lingkungan.
9. Menumbuhkembangkan minat baca dan menulis.

Lokasi peneltian ini berada di MAN 1 Kota Padang Panjang itu sendiri, terkhusus pada kelas XI yang menjadi sampel atau responden pada penelitian ini. Sebagai sebuah sekolah yang berbasis agama, maka perilaku beragama adalah salah satu hal yang sangat diperhatikan dalam madrasah ini. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah media sosial terkhusus Instagram memiliki kontribusi terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Proses Pelaksanaan Penelitian

a. Tahap Awal

Sebelum melakukan penelitian, peneliti meminta surat izin penelitian terlebih dahulu untuk melakukan penelitian di MAN 1 Kota Padang Panjang kepada Kantor Kementrian Agama Padang Panjang

melalui bagian administrasi Fakultas Ushuluddin Adab Dakwah IAIN Bukittinggi dengan (No. B-642/ In.26.4/TL.00/03/2022) dan mendapat balasan rekomendasi dari Kantor Kemenag (No. B.399/Kk.03.12-b/PP.00/03/2022). Surat izin penelitian ini, peneliti dapatkan setelah melakukan seminar proposal skripsi yang berlangsung pada hari Senin, 14 Februari 2022 dan melakukan bimbingan bersama dosen pembimbing.

b. Pengumpulan Data

Berikut merupakan data populasi yang akan digunakan dalam penelitian:

Tabel 4.1

Pengumpulan Data

No	Kelas	Populasi
1	XI IPA	62 orang
2	XI IPS	68 orang
3	XI IK	84 orang
Jumlah		214 orang

Sumber: Staf Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang

Berdasarkan data yang ada, peneliti mengambil sampel dengan menggunakan rumus Taro Yamane, sehingga dari 214 populasi diperoleh sebanyak 69 sampel atau responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Selanjutnya, peneliti juga melakukan penarikan sampel dengan menggunakan rumus *Proporsional Random Sampling* untuk mendapatkan sampel ditiap kelas.

Maka pada tanggal 21 Maret 2022, peneliti menyebarkan kusioner uji coba kepada siswa dan siswi yang dibuat berdasarkan kisi-kisi instrumen yang ada kepada responden diluar sampel penelitian tapi masih bagian dari populasi penelitian sebanyak 30 orang untuk dilakukan uji coba instrumen terhadap kusioner. Pada saat penyebaran kusioner di Man 1 Kota Padang Panjang, peneliti dibantu oleh teman peneliti.

Selanjutnya, setelah kusioner di uji coba dan telah diolah untuk dijadikan instrumen penelitian. Pada tanggal 24 Maret 2022, peneliti menyebarkan angket kepada 69 responden dengan jumlah masing-masing ditiap kelas. Kelas IK (Ilmu Keagamaan) sebanyak 38 orang, kelas IPA (Ilmu Pengetahuan Alam) sebanyak 21 orang, dan kelas IPS (Ilmu Pengetahuan Sosial) sebanyak 10 orang. Penyebaran dilakukan kepada setiap responden secara langsung dengan memberikan kusioner kepada siswa dan siswi MAN 1 Kota Padang Panjang dimulai pukul 09.00 WIB.

2. Deskripsi Hasil Temuan Penelitian

Untuk mengetahui deskripsi hasil penelitian tentang Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Beragama Siswa dan Siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang, maka peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan angket yang disebarkan kepada sampel dengan jumlah yang telah ditentukan sebanyak 69 orang, yaitu siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

Angket yang peneliti gunakan adalah angket dengan bentuk Skala Likert yang terdiri dari pernyataan positif dan negatif. Untuk memperoleh gambaran yang lebih rinci mengenai pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi, maka peneliti menjabarkan hasil penelitin sebagai berikut:

a. Variabel Media Sosial Instagram

Untuk mendapatkan dan mengetahui hasil penelitian yang lebih rinci berkenaan dengan variabel media sosial Instagram, maka dilakukan pengolahan instrumen berdasarkan jawaban responden pada setiap aspek atau indikator sebagai berikut:

1) *Hastag* (#)

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci berkenaan dengan aspek *hastag*, maka berikut penjelasan frekuensi dan presentase jawaban responden terhadap item pernyataan terkait dengan *hastag*.

a) Saya mencari postingan tentang agama Islam di media sosial Instagram.

Tabel 4.2

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	13	18,8%
2	Sering (S)	20	29%
3	Kadang-kadang (K)	28	40,6%

4	Jarang (J)	8	11,6%
5	Tidak Pernah (TP)	-	0%
Total		69	100%

Sumber : Data Primer Tahun 2022

Dari data diatas, diketahui bahwa 13 orang responden (18,8%) selalu mencari postingan tentang agama Islam di media Sosial Instagram, 20 orang responden (29%) sering mencari postingan tentang agama Islam, 28 orang responden (40,6%) kadang-kadang mencari postingan tentang agama Islam, dan 8 orang responden (11,6%) jarang mencari postingan tentang agama Islam di media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 47,8% siswa dan siswi Madarasah Aliyah Negeri 1 Kota Padang Panjang mencari postingan terkait agama Islam melalui media sosial Instagram.

b) Saya mencari akun yang sering membagikan postingan tentang cara-cara beribadah yang benar.

Tabel 4.3

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	10	14,5%
2	Sering (S)	18	26,1%
3	Kadang-kadang (K)	36	52,2%
4	Jarang (J)	4	5,8%
5	Tidak Pernah (TP)	1	1,4%

Total	69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa sebanyak 10 orang responden (14,5%) selalu mencari akun yang membagikan tentang cara-cara beribadah yang benar dimedia sosial Instagram, sebanyak 18 orang responden (26,1%) sering mencari mengenai cara-cara beribadah yang benar, presentase teritinggi yaitu sebanyak 36 orang responden (52,2%) hanya kadang-kadang mencari tentang cara-cara beribadah yang benar melalui media sosial Instagram, sebanyak 4 orang responden (5,8%) jarang mencari akun yang membagikan cara-cara beribadah yang benar dan bahkan ada 1 orang responden (1,4%) yang tidak pernah mencari tentang cara-cara beribadah yang benar di media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 40,6% siswa dan siswi Madarasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang mencari akun yang sering membagikan mengenai cara-cara beribadah yang benar dimedia sosial Instagram.

c) Saya mencari postingan keagamaan melalui hastag yang ada di media sosial instagram.

Tabel 4.4

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	10	14,5%

2	Sering (S)	22	31,9%
3	Kadang-kadang (K)	30	43,5%
4	Jarang (J)	5	7,2%
5	Tidak Pernah (TP)	2	2,9%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Data diatas menunjukkan bahwa siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang menunjukkan bahwa sebanyak 46,4% mencari postingan keagamaan berdasarkan hastag yang ada dimedia sosial instagram. dengan rincian sebanyak 10 orang responden (14,5%) selalu mencari postingan keagamaan melalui hastag yang ada di media sosial Instagram, sebanyak 22 orang responden (31,9%) sering mencari postingan keagamaan menggunakan hastag yang ada di media sosial Instagram, sebanyak 30 orang responden (43,5%) kadang-kadang menggunakan hastag dalam pencarian postingan keagamaan, sebanyak 5 orang responden (7,2%) jarang menggunakan hastag dalam mencari postingan keagamaan, dan bahkan sebanyak 2 orang responden (2,9%) tidak pernah mencari postingan keagamaan berdasarkan hastag yang ada di media sosial Instagram.

2) Mentions

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci berkenaan dengan aspek *mentions* dalam media sosial Instagram, maka berikut

pemaparan frekuensi dari setiap presentase jawaban responden terhadap item pernyataan terkait *mentions.*

a) Saya mencari postingan keagamaan melaui akun dakwah agar saya bisa menemukan petunjuk.

Tabel 4.5

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	10	14,5%
2	Sering (S)	25	36,2%
3	Kadang-kadang (K)	27	39,1%
4	Jarang (J)	6	8,7%
5	Tidak Pernah (TP)	1	1,5%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, diketahui sebanyak 10 orang responden (14,5%) selalu mencari dan sebanyak 25 orang responden (36,2%) sering mencari postingan keagamaan melaui akun dakwah agar mendapat petunjuk mengenai hal-hal keagamaan. Sebanyak 27 orang responden (39,1%) kadang-kadang mencari postingan keagamaan agar mendapat petunjuk, sebanyak 6 orang reponden (8,7%) jarang dan 1 orang responden bahkan tidak pernah mencari postingan keagamaan agar mendapat petunjuk melalui media sosial Instagram. Jadi dapat diketahui bahwa

sebanyak 50,7% atau bisa disebut sebanyak lebih dari 50% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang mencari postingan keagamaan melalui media sosial Instagram agar mendapat petunjuk mengenai hal-hal keagamaan.

b) Saya menandai orang lain dalam postingan keagamaan yang menurut saya dapat membantu saya dalam pemecahan masalah.

Tabel 4.6

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	5	7,3%
2	Sering (S)	20	29%
3	Kadang-kadang (K)	21	30,4%
4	Jarang (J)	13	18,8%
5	Tidak Pernah (TP)	10	14,5%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, maka dapat diketahui bahwa sebanyak 5 orang responden (7,3%) selalu menandai orang lain dalam postingan keagamaan yang menurutnya dapat membantu dalam pemecahan masalah, sebanyak 20 orang responden (29%) sering menandai orang lain dalam postingan keagamaan, sebanyak 21 orang responden (30,4%) kadang-kadang menandai orang lain dalam postingan keagamaan, sebanyak 13 orang responden

(18,8%) jarang dan bahkan 10 orang responden (14,5%) tidak pernah menandai orang lain dalam postingan keagamaan yang dirasa dapat membantu pemecahan masalah. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebanyak 33,3% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang tidak menandai orang lain dalam postingan keagamaan yang dirasa dapat membantu dalam pemecahan masalah.

c) Saya menandai teman-teman saya saat membagikan postingan mengenai keagamaan dalam media sosial Instagram.

Tabel 4.7

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	5	7,2%
2	Sering (S)	16	23,2%
3	Kadang-kadang (K)	34	49,3%
4	Jarang (J)	10	14,5%
5	Tidak Pernah (TP)	4	5,8%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa frekuensi tertinggi terdapat pada alternatif jawaban kadang-kadang, yaitu sebanyak 34 orang responden (49,3%) menandai teman-teman mereka saat membagikan postingan meneganai keagamaan dalam media sosial

Instagram. Sedangkan sebanyak 5 orang responden (7,2%) selalu dan sebanyak 16 orang responden (23,2%) sering menandai teman-teman mereka dalam membagikan postingan keagamaan dalam media sosial Instagram.

3) Follow

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci berkenaan dengan aspek *follow* (mengikuti) dalam media sosial Instagram, maka peneliti memaparkan frekuensi dan presentase jawaban responden terkait dengan aspek *follow*.

a) Saya mengikuti akun pengguna lain pada media sosial Instagram untuk menjalin tali silaturahmi antar sesama.

Tabel 4.8

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	20	29%
2	Sering (S)	23	33,3%
3	Kadang-kadang (K)	18	26,1%
4	Jarang (J)	8	11,6%
5	Tidak Pernah (TP)	0	0%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa tidak ada siswa dan siswi yang tidak ingin menjalin silaturahmi dengan teman yang lain

melalui media sosial Instagram dengan bukti bahwa presentase alternatif jawaban tidak pernah adalah 0%. Sedangkan untuk 20 orang responden (29%) selalu ingin menjalin silaturahmi dengan mengikuti akun pengguna lain yang ada di media sosial Instagram. sebanyak 23 orang responden (33,3%) sering mengikuti akun pengguna lain dalam media sosial Instagram, sebanyak 18 orang responden (26,15) kadang-kadang mengikuti akun pengguna lain, dan sebanyak 8 orang responden (11,6%) jarang yang mengikuti akun pengguna lain di media sosial Instagram untuk menjalin tali silaturahmi.

b) Saya akan mengikuti postingan-postingan yang berkaitan dengan agama Islam.

Tabel 4.9

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	27	39,1%
2	Sering (S)	21	30,4%
3	Kadang-kadang (K)	18	26,1%
4	Jarang (J)	3	4,4%
5	Tidak Pernah (TP)	0	0%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa tidak ada siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang tidak mengikuti postingan tentang Agama Islam di media sosial Instagram. sedangkan sebanyak 48 orang responden dengan presentase 69,5% selalu dan sering mengikuti postingan tentang agama Islam dan sebanyak 18 orang responden (26,1%) kadang-kadang mengikuti postingan tentang agama Islam. Sedangkan sebanyak 3 orang responden (4,4,%) jarang mengikuti postingan tentang agama Islam yang ada di media sosial Instagram.

c) Ketika saya melihat akun dakwah atau keagamaan, saya akan mengikuti akun tersebut.

Tabel 4.10

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	12	17,4%
2	Sering (S)	21	30,4%
3	Kadang-kadang (K)	24	34,8%
4	Jarang (J)	11	16%
5	Tidak Pernah (TP)	1	1,4%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Perolehan data diatas, menunjukkan bahwa sebanyak 12 orang responden (17,4%) selalu mengikuti akun dakwah atau

keagamaan yang ditemui saat menggunakan media sosial Instagram, sebanyak 21 orang responden (30,4%) sering mengikuti akun dakwah atau keagamaan yang ditemui, sebanyak 24 orang responden (34,8%) kadang-kadang mengikuti akun dakwah atau keagamaan yang ditemui, sebanyak 11 orang responden (16%) jarang mengikuti akun dakwah atau keagamaan yang ditemui dalam media sosial Instagram. Sedangkan 1 orang responden (1,4%) diketahui tidak pernah mengikuti akun dakwan atau keagamaan yang ditemui dalam media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa 47,8% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang akan mengikuti akun dakwah atau keagamaan yang ditemui saat menggunakan media sosial Instagram.

4) *Like* dan Komentar

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci mengenai aspek *like* dan komentar dalam variabel media sosial Instagram, maka peneliti menjabarkan frekuensi dan presentase jawaban responden terkait aspek *like* dan komentar tersebut.

a) Saya meninggalkan komentar dalam postingan media sosial Instagram teman-teman saya yang berpakaian terlalu mengumbar aurat.

Tabel 4.11

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	5	7,2%
2	Sering (S)	11	16%
3	Kadang-kadang (K)	14	20,3%
4	Jarang (J)	15	21,7%
5	Tidak Pernah (TP)	24	34,8%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, maka diketahui bahwa sebanyak 56,5% siswa dan siswi tidak memberikan komentar dimedia sosial Instagram teman-temannya yang berpakain kurang sopan. Dilihat dengan perincian sebanyak 5 orang responden (7,2%) selalu meninggalkan komentar saat melihat postingan teman yang berpakaian terlalu mengumbar aurat, sebanyak 11 orang responden (16%) sering meninggalkan komentar dalam postingan teman yang berpakain terlalu mengumbar aurat, sebanyak 14 orang responden (20,3%) kadang-kadang meninggalkan komentar dalam postingan teman-teman yang berpakaian kurang sopan, sebanyak 15 orang responden (21,7%) jarang meninggalkan komentar dan sebanyak 24 orang responden (34,8%) tidak pernah meninggalkan komentar dalam postingan teman yang berpakain terlalu mengumbar aurat.

b) Saya akan menyukai postingan yang berkaitan dengan orang muslim dan agama Islam.

Tabel 4.12

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	40	58%
2	Sering (S)	20	29%
3	Kadang-kadang (K)	7	10,1%
4	Jarang (J)	2	2,9%
5	Tidak Pernah (TP)	0	0%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa lebih dari setengah jumlah responden atau dengan presentase sebanyak 58% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang selalu menyukai postingan mengenai sesama muslim dan agama Islam. Sedangkan untuk presentase tidak pernah berjumlah 0% yang berarti tidak ada siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang yang tidak menyukai postingan mengenai muslim dan agama Islam. Dan diketahui sebanyak 20 orang responden (29%) sering menyukai postingan mengenai muslim dan agama Islam, sebanyak 7 orang responden (10,1%) kadang-kadang menyukai postingan mengenai muslim dan agama

Islam, serta hanya berjumlah 2 orang responden (2,9%) yang jarang menyukai postingan tentang muslim dan agama Islam.

c) Saya berkomentar dengan sopan pada postingan pengguna lain.

Tabel 4.13

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	29	42%
2	Sering (S)	18	26,1%
3	Kadang-kadang (K)	12	17,4%
4	Jarang (J)	6	8,7%
5	Tidak Pernah (TP)	4	5,8%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa sebanyak 29 orang responden (42%) selalu meninggalkan komentar yang sopan dalam akun media sosial pengguna lain, sebanyak 18 orang responden (26,1%) sering meninggalkan komentar yang sopan dalam postingan akun pengguna lain, sebanyak 12 orang responden (17,4%) kadang-kadang meninggalkan komentar yang sopan dalam postingan akun pengguna lain, sebanyak 6 orang responden (8,7%) jarang meninggalkan komentar yang sopan pada postingan akun pengguna lain, dan sebanyak 4 orang responden (5,8%) tidak pernah meninggalkan komentar yang sopan pada postingan akun

pengguna lain. Jadi, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 68,1% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang meninggalkan komentar yang sopan pada postingan akun pengguna lain dalam media sosial Instagram.

d) Saya meninggalkan komentar pada postingan dakwah Islam di media sosial Instagram.

Tabel 4.14

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	4	5,8%
2	Sering (S)	5	7,2%
3	Kadang-kadang (K)	31	45%
4	Jarang (J)	20	29%
5	Tidak Pernah (TP)	9	13%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, maka diketahui bahwa sebanyak 42% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang tidak meninggalkan komentar dalam postingan akun dakwah Islam yang ia temui dalam media sosial Instagram. Dengan rincian bahwa sebanyak 9 orang responden (13%) tidak pernah meninggalkan komentar dalam postingan dakwah Islam di

media sosial Instagram, sebanyak 20 orang responden (29%) jarang meninggalkan komentar dalam postingan dakwah Islam, sebanyak 31 orang responden (45%) kadang-kadang meninggalkan komentar dalam postingan dakwah Islam, sebanyak 5 orang responden (7,2%) sering meninggalkan komentar dalam postingan dakwah Islam, dan sebanyak 4 orang responden (5,8%) selalu meninggalkan komentar dalam 5postingan dakwah Islam yang mereka temui saat menggunakan media sosial Instagram.

e) Saya menyukai setiap postingan menyeru pada kebaikan yang lewat di beranda media sosial Instagram.

Tabel 4.15

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	31	45%
2	Sering (S)	27	39,1%
3	Kadang-kadang (K)	10	14,5%
4	Jarang (J)	1	1,4%
5	Tidak Pernah (TP)	-	0%
Total		69	100%

Sumber : Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, maka diketahui bahwa sebanyak 31 orang responden (45%) selalu menyukai setiap postingan mengenai kebaikan yang lewat di beranda media sosial Instagramnya,

sebanyak 27 orang responden (39,1%) sering menyukai postingan mengenai kebaikan yang ada di media sosial Instagram, sebanyak 10 orang responden (14,5%) kadang-kadang menyukai postingan mengenai kebaikan yang ada di media sosial Instagram. Jadi, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 84,1% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang menyukai postingan mengenai kebaikan dan tidak ada yang tidak menyukai postingan mengenai kebaikan yang ada di media sosial Instagram yang terbukti dengan alternatif jawaban tidak pernah sebanyak 0%.

f) Saya menyukai setiap postingan yang dibagikan oleh teman-teman atau guru saya dengan maksud untuk menghormatinya.

Tabel 4.16

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	35	50,7%
2	Sering (S)	24	34,8%
3	Kadang-kadang (K)	8	11,6%
4	Jarang (J)	2	2,9%
5	Tidak Pernah (TP)	-	0%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 59 orang responden dengan presentase 85,5% siswa dan siswi

menghoramti teman-teman dan gurunya dengan cara menyukai postingan yang dibagikan melalui media sosial Instagram. Sedangkan sebanyak 8 orang responden (11,6%) kadang-kadang menyukai postingan teman atau gurunya dalam media sosial Instagram, sebanyak 2 orang responden (2,9%) jarang menyukai postingan teman-teman atau gurunya. Sedangkan untuk presentase 0% berada pada alternatif jawaban tidak pernah yang menandakan bahwa tidak ada siswa dan siswi (Madrasah Aliyah Negeri) MAN 1 Kota Padang Panjang yang tidak menghormati teman-teman dan gurunya.

5) *Stories* atau Cerita Instagram

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci mengenai aspek stories (cerita Instagram), maka peneliti menjabarkan frekuensi dan presentase jawaban respeonden terkait aspek stories (cerita Instagram).

a) Saya membagikan postingan tentang do'a-do'a yang biasa saya baca saat membutuhkan pertolongan.

Tabel 4.17

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	3	4,3%
2	Sering (S)	15	21,7%
3	Kadang-kadang (K)	29	42,1%
4	Jarang (J)	16	23,2%

5	Tidak Pernah (TP)	6	8,7%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, diketahui sebanyak 3 orang respoenden (4,3%) selalu membagikan postingan mengenai do'a-do'a yang biasa dibaca dalam cerita Instagram, sebanyak 15 orang responden (21,7%) sering membagikan postingan do'a-do'a dalam cerita Instagram, sebanyak 29 orang responden (42,1%) kadang-kadang membagikan postingan do'a-do'a dalam cerita Instagram, sebanyak 16 orang responden (23,2%) jarang membagikan postingan do'a-do'a dalam cerita Instagram, dan sebanyak 6 orang responden (8,7%) tidak pernah membagikan postingan mengenai do'a-do'a dalam cerita Instagram. Jadi, dapat disimpulkan bahwa presentase tertinggi berada pada alternatif jawaban kadang-kadang sebesar 42,1% yang berarti siswa dan siswi membagikannya lewat cerita Instagram ataupun tidak membagikannya.

b) Saya membuat dan membagikan konten keagamaan pada stories atau feed media sosial Instagram.

Tabel 4.18

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%

1	Selalu (SL)	3	4,3%
2	Sering (S)	9	13,1%
3	Kadang-kadang (K)	27	39,1%
4	Jarang (J)	23	33,4%
5	Tidak Pernah (TP)	7	10,1%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, maka diketahui sebanyak 3 orang responden (4,3%) selalu membuat dan membagikan konten keagamaan pada cerita Instagram, sebanyak 9 orang responden (13,1%) sering membuat dan membagikan konten keagamaan dalam cerita Instagram, sebanyak 27 orang responden (39,1%) kadang-kadang membuat dan membagikan konten keagamaan, sebanyak 23 orang responden (33,4%) jarang membuat dan membagikan konten keagamaan dalam cerita Instagram, dan sebanyak 7 orang responden (10,1%) tidak pernah membuat dan membagikan konten keagamaan dalam cerita Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 43,5% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang tidak tertarik untuk membuat dan membagikan konten keagamaan dalam cerita media sosial Instagramnya.

c) Saya membagikan postingan mengenai ibadah dalam stories atau feed media sosial Instagram.

Tabel 4.19

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	8	7,3%
2	Sering (S)	19	18,8%
3	Kadang-kadang (K)	24	34,8%
4	Jarang (J)	13	27,5%
5	Tidak Pernah (TP)	5	11,6%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, diketahui sebanyak 27 orang responden, dengan presentase 26,1% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang membagikan postingan mengenai ibadah dalam cerita Instagram, sebanyak 24 orang responden (34,8%) kadang-kadang membagikan postingan mengenai keagamaan dalam cerita Instagram, dan untuk 18 orang responden lainnya dengan presentase 39,1% siswa dan siswi tidak tertarik untuk membagikan postingan mengenai ibadah agama Islam di cerita Instagramnya.

b. Variabel Perilaku Beragama

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci berkenaan dengan variabel perilaku beragama, maka akan dilakukan pengolahan instrumen

berdasarkan jawaban atau tanggapan responden terhadap pernyataan pada kusioner penelitian yang telah dibagikan dengan rincian sebagai berikut:

1) Dimensi Ideologis (Keyakinan atau Aqidah)

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci berkenaan dengan aspek keyakinan atau aqidah, maka dijabarkan frekuensi dan presentase tanggapan responden terhadap pernyataan terkait dengan aspek tersebut, yaitu:

a) Saya akan membagikan postingan tentang agama Islam melalui stories atau feed di media sosial Instagram.

Tabel 4.20

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	8	11,6%
2	Sering (S)	16	23,2%
3	Kadang-kadang (K)	26	37,7%
4	Jarang (J)	14	20,3%
5	Tidak Pernah (TP)	5	7,2%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, maka diketahui bahwa sebanyak 8 orang responden (11,6%) selalu membagikan postingan tentang agama Islam melalui media sosial Instagramnya, sebanyak 16 orang responden (23,2%) sering membagikan postingan tentang

agama Islam memlaui media sosial Instagram, sebanyak 26 orang responden (37,7%) kadang-kadang membagikan postingan tentang agama Islam dalam media sosial Instagram, sebanyak 14 orang responden (20,3%) jarang membagikan postingan tentang agama Islam di media sosial Instagram, dan sebanyak 5 orang responden (7,2%) tidak pernah membagikan postingan tentang agama Islam di media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 34,8% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang yakin dengan adanya sang pencipta yaitu Allah SWT yang merupakan Tuhan dalam Agama Islam dengan membagikan postingan mengenai agama Islam itu sendiri.

b) Postingan yang paling saya sukai adalah postingan mengenai Allah SWT sebagai Tuhan seluruh umat manusia.

Tabel 4.21

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	34	49,3%
2	Sering (S)	26	37,7%
3	Kadang-kadang (K)	6	8,7%
4	Jarang (J)	2	2,9%
5	Tidak Pernah (TP)	1	1,4%
Total		69	100%

Sumber : Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa sebanyak 60 orang responden dengan presentase sebanyak 87% siswa dan siswi menyukai postingan mengenai keesaan Allah SWT dalam media sosial Instagra, sebanyak 6 orang responden (8,7%) kadang-kadang paling menyukai postingan mengenai Allah SWT, dan diketahui sebanyak 3 orang responden dengan presentase 4,3% tidak menjadikan postingan mengenai Allah SWT adalah postingan yang paling disukai dalam media sosial Instagram.

c) Saya berusaha membenahi diri setelah melihat postingan mengenai keagamaan yang ada di media sosial Instagram.

Tabel 4.22

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	21	30,4%
2	Sering (S)	27	39,1%
3	Kadang-kadang (K)	19	27,6%
4	Jarang (J)	2	2,9%
5	Tidak Pernah (TP)	-	0%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, sebanyak 21 orang responden (30,4%) selalu membenahi diri jika melihat postingan mengenai keagamaan yang ada di media sosial Instagram, sebanyak 27 orang

responden (39,1%) sering membenahi diri setelah melihat postingan keagamaan di media sosial Instagram, sebanyak 19 orang responden (27,6%) kadang-kadang membenahi diri setelah melihat postingan keagamaan dalam media sosial Instagram, dan sebanyak 2 orang responden (2,9%) jarang membenahi diri setelah melihat postingan keagamaan di media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 69,5% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Nregeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang yakin dengan balasan perbuatan di dunia oleh sang pencipta dengan membenahi diri setelah melihat postingan keagamaan di media sosial Instagram dan tidak ada siswa dan siswi yang tidak pernah membenahi diri setelah melihat postingan keagamaan yang dibuktikan dengan presentase alternatif jawaban tidak pernah yaitu 0%.

2) Dimensi Ritualistik (Praktik Agama/Ibadah/Syariah)

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci berkenaan dengan aspek dimensi ritualistik, maka dipaparkan frekuensi dan presentase responden terhadap item pernyataan terkait aspek dimensi ritualistik.

a) Saya semakin rajin membaca Al-Qur'an setelah melihat stories Instagram salah satu selebgram favorit saya mengenai pentingnya membaca ayat suci Al-Qur'an.

Tabel 4.23

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	18	26,1%
2	Sering (S)	21	30,4%
3	Kadang-kadang (K)	24	34,8%
4	Jarang (J)	4	5,8%
5	Tidak Pernah (TP)	2	2,9%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, sebanyak 39 orang responden dengan presentase 56,5% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang tertarik untuk semakin rajin mempraktikan ibadah membaca Al-Qur'an setelah melihat postingan dari selebgram favoritnya dalam media sosial Instagram mengenai pentingnya membaca Al-Qur'an. Sedangkan sebanyak 24 orang responden (34,8%) kadang-kadang semakin rajin membaca Al-Qur'an setelah melihat postingan selebgram favoritnya, dan sebanyak 6 orang responden dengan presentase 8,7% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang tidak tertarik untuk mempraktikkan ibadah membaca Al-Qur'an karena melihat postingan selebgram favoritnya dalam media sosial Instagram.

b) Saya mengamalkan do'a-do'a yang dibagikan oleh postingan akun dakwah di media sosial Instagram.

Tabel 4.24

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	14	20,3%
2	Sering (S)	18	26,1%
3	Kadang-kadang (K)	32	46,4%
4	Jarang (J)	4	5,8%
5	Tidak Pernah (TP)	1	1,4%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, maka diketahui sebanyak 14 orang responden (20,3%) selalu mnengamalkan do'a-do'a yang dibagikan oleh postingan akun dakwah di media sosial Instagram, sebanyak 18 orang responden (26,1%) sering mengamalkan do'a-do'a yang dibagikan oleh akun dakwah media sosial Instagram, sebanyak 32 orang responden (46,4%) kadang-kadang mengamalkan do'a-do'a yang dibagikan akun dakwah media sosial Instagram, sebanyak 4 orang responden (5,8%) jarang mengamalkan do'a-do'a yang dibagikan akun dakwah media sosial Instagram, dan sebanyak 1 orang responden (1,4%) tidak pernah mengamalkan do'a-do'a yang dibagikan akun dakwah media sosial Instagram. Hal ini

menunjukkan bahwa hanya 7,2% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang yang tidak mengamalkan do'a-do'a yang mereka lihat dalam postingan akun dakwah media sosial Instagram.

c) Saya merasa bangga melihat teman-teman saya yang sering membagikan postingan mengenai ibadah.

Tabel 4.25

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	26	37,7%
2	Sering (S)	27	39,1%
3	Kadang-kadang (K)	13	18,8%
4	Jarang (J)	-	0%
5	Tidak Pernah (TP)	3	4,4%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan perolehan data diatas, diketahui sebanyak 53 orang responden dengan presentase sebanyak 76,8 siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang merasa bangga melihat teman-teman yang peduli mengenai ibadah dalam agama Islam dengan membagikan postingan mengenai ibadah dalam media sosial Instagram. Sedangkan 13 orang responden

(18,8%) kadang-kadang merasa bangga melihat teman-teman yang mambagikan postingan mengenai ibadah, dan hanya 3 oarang responden (4,4%) yang tidak pernah senang melihat teman-teman lain membagikan postingan mengenai ibadah. Hal ini berarti hanya sedikit siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang yang biasa saja melihat teman-temannya membagikan postingan mengenai ibadah dalam media sosial Instagram.

d) Saya akan membagikan postingan tentang shalat, atau ibadah lainnya dalam stories media sosial Instagram saya.

Tabel 4.26

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	9	13,1%
2	Sering (S)	15	21,7%
3	Kadang-kadang (K)	33	47,8%
4	Jarang (J)	10	14,5%
5	Tidak Pernah (TP)	2	2,9%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Beradsarkan perolehan data diatas, maka diketahui sebanyak 9 orang responden (13,1%) selalu membagikan postingan mengenai

ibadah shalat dan ibadah lainnya dalam media sosial Instagram, sebanyak 15 orang responden (21,7%) sering membagikan postingan mengenai ibadah shalat dan ibadah lainnya dalam media sosial Instagram, sebanyak 33 orang responden (47,8%) kadang-kadang membagikan postingan tentang ibadah shalat dan ibadah lainnya dalam media sosial Instagram, sebanyak 10 orang responden (14,5%) jarang membagikan postingan ibadah shalat dan iabadah lainnya dalam media sosial Instagram, dan sebanyak orang responden (2,9%) tidak pernah membagikan postingan tentang ibadah shalat dan ibadah lainnya dalam media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 34,8% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang rajin membagikan postingan tentang ibadah melalui media sosial Instagram.

e) Saya mengikuti akun berbagi dalam media sosial Instagram agar saya bisa ikut serta dalam konten berbagi tersebut.

Tabel 4.27

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	3	4,3%
2	Sering (S)	10	14,5%
3	Kadang-kadang (K)	29	42,1%
4	Jarang (J)	21	30,4%

5	Tidak Pernah (TP)	6	8,7%
Total		69	100%

Sumber : Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan perolehan data diatas, sebanyak 3 orang responden (4,3%) selalu mengikuti akun berbagi dan ikut serta dalam konten berbagi di media sosial Instagram, sebanyak 10 orang responden (14,5%) sering mengikuti akun berbagi dan ikut serta dalam konten berbagi tersebut, sebanyak 29 orang responden (42,1%) kadang-kadang mengikuti akun berbagi dan ikut serta dalam konten berbagu tersebut, sebanyak 21 orang responden (30,4%) jarang mengikuti akun berbagi dan ikut serta dalam konten berbagi tersebut, serta sebanyak 6 orang responden (8,7%) tidak pernah mengikuti akun berbagi dan ikut serta dalam konten berbagi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 39,1% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang tidak tertarik untuk berinfak atau bersedekah melalui media sosial Instagram.

3) Dimensi Eksperensial (Pengalaman)

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci berkenaan dengan aspek dimensi eksperensial, maka berikut dipaparkan frekuensi dan presentase jawaban responden terhadap item pernyataan terkait aspek tersebut.

a) Saat jauh dari Allah SWT, saya merasa bahwa saya mendapat peringatan untuk mendekatkan diri kembali kepada Allah SWT melalui postingan dari sebuah akun media sosial Instagram.

Tabel 4.28

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	25	36,2%
2	Sering (S)	28	40,6%
3	Kadang-kadang (K)	9	13,1%
4	Jarang (J)	5	7,2%
5	Tidak Pernah (TP)	2	2,9%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan perolehan data diatas, diketahui sebanyak 25 orang responden (36,2%) selalu merasa mendapat peringatan dari Allah SWT melalui postingan media sosial Instagram, sebanyak 28 orang responden (40,6%) sering merasa mendapat peringatan dari Allah SWT melalui postingan media sosial Instagram, sebanyak 9 orang responden (13,1%) kadang-kadang merasa mendapat peringatan dari Allah SWT melalui postingan media sosial Instagram, sebanyak 5 orang responden (7,2%) jarang merasa mendapat peringatan dari Allah SWT melalui postingan media sosial Instagram dan sebanyak 2 orang responden (2,9%) tidak

pernah merasa mendapat peringatan dari Allah SWT melalui media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 76,8% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang merasa mendapat peringatan dari Allah SWT agar tidak menjauhinya melalui postingan media sosial Instagram.

b) Saya membagikan postingan keagamaan karena itu merupakan bentuk rasa syukur agar orang lain dapat melihatnya.

Tabel 4.29

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	15	21,7%
2	Sering (S)	19	27,5%
3	Kadang-kadang (K)	20	29%
4	Jarang (J)	12	17,4%
5	Tidak Pernah (TP)	3	4,4%
Total		69	100%

Sumber : Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan perolehan data diatas, sebanyak 34 orang responden dengan presentase sebanyak 49,2% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang membagikan postingan keagamaan sebagai bentuk rasa syukur atas apa yang diberikan oleh Allah SWT agar orang lain juga dapat

mengerjakan hal-hal yang berkaitan dengan keagamaan yang dibagikan dimedia sosial Instagram. Sedangkan sebanyak 20 orang responden (29%) kadang-kadang membagikannya dengan bentuk rasa syukur kepada Allah SWT, dan sebanyak 15 orang responden dengan presentase 21,8% membagikan postingan keagamaan bukan sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT.

c) Saya merasa do'a-do'a saya dijawab melalui postingan yang muncul dalam media sosial Instagram.

Tabel 4.30

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	12	17,4%
2	Sering (S)	17	24,6%
3	Kadang-kadang (K)	23	33,4%
4	Jarang (J)	13	18,8%
5	Tidak Pernah (TP)	4	5,8%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan perolehan data diatas, sebanyak 29 orang responden denngan presentase 42% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang merasa mendapatkan jawaban atau balasan do'a-do'a melalui postingan

yang muncul di media sosial Instagram. Sebanyak 23 orang responden (33,4%) yaitu siswa dan siswi yang tterkadang merasa bahwa do'a-do'a dijawab melalui postingan yang muncul di media sosial Instagram. sedangkan sebanyak 24,6% siswa dan siswi tidak merasakan bahwa do'a-do'a mereka dijawab melalui postingan yang ada di media sosial Instagram.

d) Saya merasa mendapat peringatan dari komentar yang ditinggalkan oleh pengguna lain dalam media sosial Instagram.

Tabel 4.31

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	10	14,5%
2	Sering (S)	25	36,2%
3	Kadang-kadang (K)	23	33,4%
4	Jarang (J)	6	8,7%
5	Tidak Pernah (TP)	5	7,2%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, sebanyak 10 orang responden (14,5%) selalu merasa mendapat peringatan dari Allah SWT melalui komentar yang ditinggalkan pengguna lain dalam media sosial Instagram, sebanyak 25 orang responden (36,2%) sering

merasa bahwa komentar yang ditinggalkan oleh pengguna lain dalam media sosial Instagram adalah peringatan dari Allah SWT, sebanyak 23 orang responden (33,4%) kadang-kadang merasa bahwa komentar yang ditinggalkan oleh pengguna lain adalah peringatan dari Allah SWT, sebanyak 6 orang responden (8,7%) jarang merasa bahwa komentar yang ditinggalkan oleh pengguna lain adalah peringatan dari Allah SWT, dan sebanyak 5 orang responden (7,2%) tidak pernah merasa bahwa komentar yang ditinggalkan oleh pengguna lain adalah peringatan dari Allah SWT. Hal ini menunjukkan bahwa hanya 15,9% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang tidak merasa bahwa komentar dari pengguna lain adalah peringatan dari Allah SWT.

4) Dimensi Intelektual (Pengetahuan Agama)

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci berkenaan dengan aspek dimensi intelektual, maka berikut ini dipaparkan frekuensi dan presentase jawaban responden terhadap item pernyataan terkait dengan dimensi intelektual.

a) Saya mengikuti kegiatan dakwah atau keagamaan yang sering dibagikan oleh pengguna media sosial Instagram lain.

Tabel 4.32

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	8	11,6
2	Sering (S)	13	18,8%
3	Kadang-kadang (K)	23	33,4%
4	Jarang (J)	12	17,4%
5	Tidak Pernah (TP)	13	18,8%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, sebaanyak 8 orang responden (11,6%) selalu mengikuti kegiatan dakwah atau keagamaan yang ada dimedia sosial Instagram, sebanyak 13 orang responden (18,8%) sering mengikuti kegiatan dakwah atau keagamaan yang ada di media sosial Instagram, sebanyak 23 orang responden (33,4%) kadang-kadang mengikuti kegiatan dakwah atau keagamaan yang ada di media sosial Instagram, sebanyak 12 orang responden (17,4%) jarang mengikuti kegiatan dakwah yang ada di media sosial Instagram, dan sebanyak 13 orang responden (18,8%) tidak pernah mengikuti kegiatan dakwah di media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 36,2% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang tidak mengikuti kegiatan dakwah atau keagamaan yang ada di media sosial Instagram.

b) Saya memperdalam ilmu agama saya dengan mengikuti akun keagamaan pada media sosial Instagram.

Tabel 4.33

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	14	20,3%
2	Sering (S)	20	29%
3	Kadang-kadang (K)	20	29%
4	Jarang (J)	15	21,7%
5	Tidak Pernah (TP)	-	0%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan perolehan data diatas, maka diketahui sebanyak 14 orang responden (20,3%) selalu memperdalam ilmu agama dengan mengikuti akun keagamaan yang ada di media sosial Instagram, sebanyak 20 orang responden (29%) sering memperdalam ilmu agama dengan mengikuti akun keagamaan yang ada di media sosial Instagram, sebanyak 20 orang responden (29%) kadang-kadang memperdalam ilmu agama dengan mengikuti akun keagamaan yang ada di media sosial Instagram, dan sebanyak 15 orang responden (21,7%) jarang memperdalam ilmu agama dengan mengikuti akun keagamaan yang ada di media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada siswa dan

siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang yang tidak pernah tidak mengikuti akun keagamaan di media sosial Instagram untuk memperdalam ilmu agama dengan dibuktikan oleh presentase alternatif jawaban tidak pernah yaitu 0%.

c) Dalam hal keagamaan yang saya bagikan dalam postingan media sosial Instagram, itu merupakan niat yang berasal dari dalam diri saya.

Tabel 4.34

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	20	29%
2	Sering (S)	28	40,6%
3	Kadang-kadang (K)	15	21,7%
4	Jarang (J)	5	7,2%
5	Tidak Pernah (TP)	1	1,5%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan perolehan data diatas, diketahui sebanyak 20 orang responden (29%) selalu membagikan postingan keagamaan di media sosial Instagram dengan niat yang tulus, sebanyak 28 orang responden (40,6%) sering membagikan postingan keagamaan di media sosial Instagram dengan niat yang tulus, sebanyak 15 orang responden (21,7%) kadang-kadang membagikan postingan

keagamaan dengan niat yang tulus, sebanyak 5 orang responden (7,2%) jarang membagikan postingan keagamaan di media sosial Instagram dengan niat yang tulus, dan sebanyak 1 orang responden (1,5%) tidak pernah membagikan postingan keagamaan di media sosial dengan niat yang tulus. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 69,6% siswa dan siswi Madarasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang panjang membagikan postingan keagamaan di media sosial Instagram dengan niat yang tulus dari dalam dirinya agar orang lain bisa melihat postingan tersebut dan menjadi amal bagi mereka yang membagikan.

d) Saya mudah memahami ilmu keagamaan yang dibagikan di media sosial Instagram karena pengemasan konten keagamaan yang menarik.

Tabel 4.35

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	17	24,6%
2	Sering (S)	34	49,3%
3	Kadang-kadang (K)	12	17,4%
4	Jarang (J)	4	5,8%
5	Tidak Pernah (TP)	2	2,9%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan data diatas, maka diketahui sebanyak 17 orang responden (24,6%) selalu mudah memahami ilmu keagamaan yang dibagikan di media sosial Instagram karena pengemasan yang menarik, sebanyak 34 orang responden (49,3%) sering mudah memahami ilmu keagamaan yang dibagikan di media sosial Instagram, sebanyak 12 orang responden (17,4%) kadang-kadang mudah memahami ilmu keagamaan yang dibagikan di media sosial Instagram, sebanyak 4 orang responden (5,8%) jarang mudah memahami ilmu keagamaan yang dibagikan di media sosial Instagram, dan sebanyak 2 orang responden (2,9%) tidak pernah mudah memahami ilmu keagamaan yang dibagikan di media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 73,9% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang mudah memahami ilmu-ilmu agama yang dibagikan di media sosial Instagram karena pengemasan konten yang menarik.

e) Saya mempraktikkan ilmu agama yang saya dapat melalui media sosial Instagram.

Tabel 4.36

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	15	21,7%
2	Sering (S)	28	40,6%

3	Kadang-kadang (K)	24	34,8%
4	Jarang (J)	2	2,9%
5	Tidak Pernah (TP)	-	0%
Total		69	100%

Sumber : Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan perolehan data diatas, diketahui sebanyak 15 orang responden (21,7%) selalu mempraktikkan ilmu keagamaan yang didapat di media sosial Instagram, sebanyak 28 orang responden (40,6%) sering mempraktikkan ilmu keagamaan yang didapat di media sosial Instagram, sebanyak 24 orang responden (34,8%) kadang-kadang mempraktikkan ilmu keagamaan yang didapat dalam media sosial Instagram, dan sebanyak 2 orang responden (2,9%) jarang mempraktikkan ilmu keagamaan yang didapat dalam media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 62,3% siswa dan siswi Madarasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang mempraktikkan ilmu keagamaaan yang didapat saat menggunakan media sosial Instagram dalm kehidupan sehari-hari. Serta tidak ada yang tidak pernah mempraktikkan ilmu keagamaan yang didapat dengan bukti presentase yaitu 0%.

5) Dimensi Konsekuensial (Pengamalan/Akhlak)

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci berkenaan dengan aspek dimensi konsekuensial, maka peneliti memaparkan alternatif dan

presentase dari item pernyataan responden terkait dengan dimensi konsekuensial.

a) Saya mengabaikan postingan pengguna media sosial Instagram yang sedang membutuhkan pertolongan.

Tabel 4.37

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	21	30,4%
2	Sering (S)	24	34,8%
3	Kadang-kadang (K)	21	30,4%
4	Jarang (J)	3	4,4%
5	Tidak Pernah (TP)	-	0%
Total		69	100%

Sumber : Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan perolehan data diatas, maka diketahui sebanyak 21 orang responden (30,4%) selalu mengabaikan akun pengguna media sosial Instagram lain yang meminta pertolongan, sebanyak 24 orang responden (34,8%) sering mengabaikan akun pengguna media sosial Instagram lain yang membutuhkan pertolongan, sebanyak 21 orang responden (30,4%) kadang-kadang mengabaikan akun pengguna media sosial Instagram lain yang membutuhkan pertolongan, sebanyak 3 orang responden (4,4%) jarang mengabaikan akun pengguna media sosial Instagram lain

yang membutuhkan pertolongan. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 65,2% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang mengabaikan pertolongan yang sedang dibutuhkan oleh pengguna media sosial Instagram. Sedangkan tidak ada dari mereka yang tidak pernah tidak mengabaikan pertolongan dari pengguna media sosial Instagram yang sedang membutuhkan pertolongan.

b) Saya menghindari membagikan foto atau video yang menunjukkan berpakaian seksi atau tidak sesuai dengan ajaran Islam.

Tabel 4.38

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	40	58%
2	Sering (S)	17	24,6%
3	Kadang-kadang (K)	3	4,4%
4	Jarang (J)	2	2,9%
5	Tidak Pernah (TP)	7	10,1%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan perolehan data diatas, maka diketahui sebanyak 40 orang responden (58%) selalu menghindari membagikan foto atau video yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, sebanyak 17 orang responden (24,6%) sering menghindari membagikan

postingan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, sebanyak 3 orang responden (4,4%) kadang-kadang menghindari membagikan postingan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, sebanyak 2 orang responden (2,9%) jarang menghindari membagikan postingan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, dan sebanyak 7 orang responden (10,1%) tidak pernah menghindari membagikan postingan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini menunjukkan bahwa 82,6% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang menghindari untuk membagikan foto atau video yang menunjukkan berpakaian seksi karena tidak sesuai dengan ajaran Islam.

c) Saya tidak memaksakan orang tua saya untuk membelikan suatu barang yang sedang trend dalam media sosial Instagram.

Tabel 4.39

Frekuensi Alternatif Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Selalu (SL)	20	29%
2	Sering (S)	20	29%
3	Kadang-kadang (K)	8	11,6%
4	Jarang (J)	4	5,8%
5	Tidak Pernah (TP)	17	24,6%
Total		69	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan perolehan data diatas, maka diketahui sebanyak 20 orang responden (29%) selalu tidak memaksakan orang tuanya untuk membelikan suatu barang yang sedang trend dalam media sosial Instagram, sebanyak 20 orang responden (29%) sering tidak memaksakan orang tuanya untuk membelikan barang yang sedang trend dalam media sosial Instagram, sebanyak 8 orang responden (11,6%) kadang-kadang tidak memaksakan orang tuanya untuk membelikan barang yang sedang trend dalam media sosial Instagram, sebanyak 4 orang responden (5,8%) jarang tidak memaksakan orang tuanya untuk membelikan barang yang sedang trend dalam media sosial Instagram, dan sebanyak 17 orang responden (24,6%) tidak pernah tidak memaksakan orang tuanya untuk membelikan barang yang sedang trend dalam media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa 58% siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang tidak memaksakan orang tuanya untuk membelikan barang-barang yang sedang trend dalam media sosial Instagram.

C. Analisis Data

Setelah peneliti mengumpulkan data dari 69 orang responden secara langsung ke lokasi penelitian dan diisi langsung oleh responden, lalu peneliti mengubahnya kedalam bentuk angka. Data yang tersedia dalam bentuk angka kemudian diolah dengan menggunakan *software* pengolah data statistik, yaitu SPSS versi 16.0.

1. Uji Instrumen

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, maka peneliti melakukan terlebih dahulu pengujian instrumen guna untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel secara empiris sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menlihat dan mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam hal ini, suatu instrumen dikatakan valid jika nilainya minimal 0,3061. Sedangkan untuk butir yang memiliki nilai skor validasi dibawah 0,3061 maka dinyatakan tidak valid atau harus dibuang.

Tabel 4.40

Hasil Uji Validitas

No	**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**					
	No Item	Corrected Item-Total Correlation	**Nilai Tabel r**	**Keterangan**	Cronbach's Alpha if Item Deleted	**Keterangan**
1	Item 1	.512	0,3061	**Valid**	.911	Reliabel
2	Item 5	.516	0,3061	**Valid**	.910	Reliabel
3	Item 6	.581	0,3061	**Valid**	.909	Reliabel
4	Item 8	.507	0,3061	**Valid**	.910	Reliabel
5	Item 9	.589	0,3061	**Valid**	.909	Reliabel

6	Item 10	.382	0,3061	**Valid**	.911	Reliabel
7	Item 11	.604	0,3061	**Valid**	.910	Reliabel
8	Item 12	.601	0,3061	**Valid**	.909	Reliabel
9	Item 13	.770	0,3061	**Valid**	.908	Reliabel
10	Item 14	.584	0,3061	**Valid**	.910	Reliabel
11	Item 15	.689	0,3061	**Valid**	.908	Reliabel
12	Item 17	.554	0,3061	**Valid**	.910	Reliabel
13	Item 18	.614	0,3061	**Valid**	.909	Reliabel
14	Item 19	.387	0,3061	**Valid**	.911	Reliabel
15	Item 20	.413	0,3061	**Valid**	.911	Reliabel
16	Item 22	.449	0,3061	**Valid**	.911	Reliabel
17	Item 23	.729	0,3061	**Valid**	.908	Reliabel
18	Item 25	.797	0,3061	**Valid**	.907	Reliabel
19	Item 26	.657	0,3061	**Valid**	.908	Reliabel
20	Item 32	.481	0,3061	**Valid**	.910	Reliabel
21	Item 34	.649	0,3061	**Valid**	.909	Reliabel
22	Item 35	.543	0,3061	**Valid**	.910	Reliabel
23	Item 36	.694	0,3061	**Valid**	.908	Reliabel
24	Item 39	.328	0,3061	**Valid**	.912	Reliabel
25	Item 40	.669	0,3061	**Valid**	.909	Reliabel
26	Item 41	.691	0,3061	**Valid**	.908	Reliabel
27	Item 42	.522	0,3061	**Valid**	.910	Reliabel

28	Item 43	.676	0,3061	**Valid**	.908	Reliabel
29	Item 44	.597	0,3061	**Valid**	.909	Reliabel
30	Item 45	.500	0,3061	**Valid**	.910	Reliabel
31	Item 46	.558	0,3061	**Valid**	.909	Reliabel
32	Item 47	.359	0,3061	**Valid**	.912	Reliabel
33	Item 49	.698	0,3061	**Valid**	.908	Reliabel
34	Item 50	.635	0,3061	**Valid**	.908	Reliabel
35	Item 51	.667	0,3061	**Valid**	.908	Reliabel
36	Item 52	.598	0,3061	**Valid**	.909	Reliabel
37	Item 53	.502	0,3061	**Valid**	.910	Reliabel
38	Item 55	.613	0,3061	**Valid**	.909	Reliabel

Sumber**:** Data Primer Tahun 2022

Dapat dilihat dari tabel diatas, nilai dari tiap pernyataan >0,3061, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah konsistensi atau kestabilan skor suatu insrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda. Jadi, suatu insrumen dapat dikatakan reliabel apabila dicobakan kepada subyek yang sama secara berulang-ulang hasilnya tetap sama.[75]

[75] A Muri Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta, Prenadamedia Group, 2014) hal 242

Tabel 4.41

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.913	55

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Dari tabel diatas, nilai Cronbach’s Alpha X sebesar 0,913 yang mana hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini sangat reliabel, sehingga seluruh item yang ada dipernyataan tersebut reliabel dan dapat diujikan terhadap sampel.

2. Pengolahan data

a. Uji Normalitas

Setelah instrumen penelitian disebarkan kepada sampel penelitian, maka selanjutnya dilakukan pengolahan data, yaitu membuat uji normalitas. Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah variabel-variabel penelitian yang dipakai dapat berdistribusi normal, sehingga dapat dilakukan analisa lebih lanjut. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov dengan bantuan SPSS versi 16.0. Jika nilai signifikasi lebih besar dari alpha, maka data dikatakan berdistribusi normal, dan sebaliknya jika nilai signifikasi kecil dari alpha, maka data dinayatakan tidak berdistribusi normal. Alpha yang digunakan adalah 0,05.

Adapun hasil yang diperoleh dari perhitungan uji normalitas terhadap 69 orang sampel pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0 adalah sebagai berikut.

Tabel 4.42

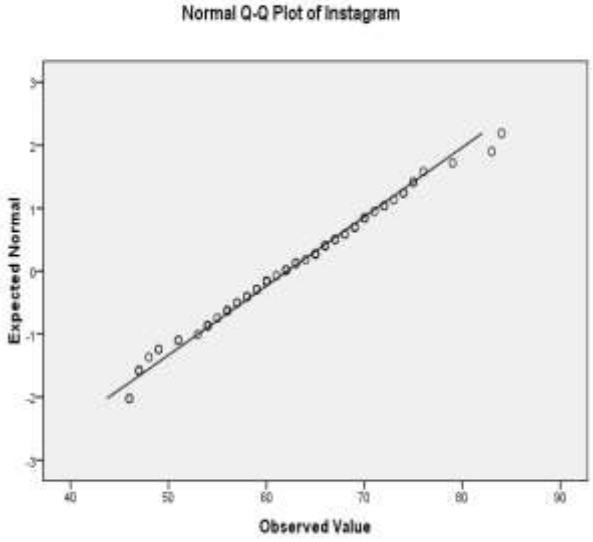
Tes Uji Normalitas

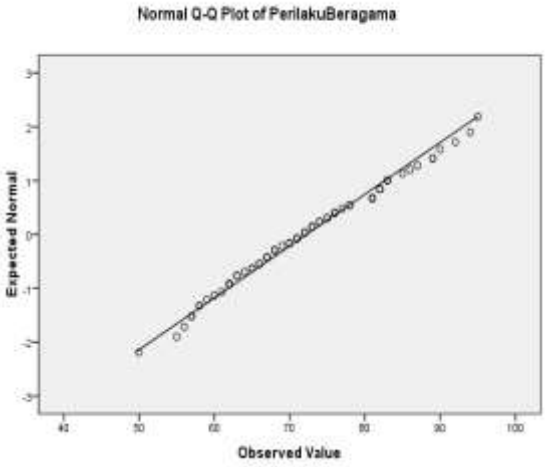
	Kolmogorov-Smirnov			
	Statistic	N	Sig.	Ket
Instagram	0,056	69	0,200	Normal
PerilakuBeragama	0,076	69	0,200	Normal

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel penggunaan media sosial Instagram (X) memiliki nilai signifikasi sebesar 0,200. Hal ini berarti bahwa nilai signifikasi variabel X lebih besar dari alpha (0,200>0,05), sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel penggunaan media sosial Instagram besdistribusi normal. Variabel perilaku beragama (Y) memiliki nilai signifikasi 0,200. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa variabel perilaku beragama berdistribusi normal (0,200>0,05).

Kenormalitasan data akan lebih tergambar melalui normal Q-Q plot. Pada prinsip normal Q-Q plot, normalitas data akan terdeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik hasil perhitungan uji normalitas. Normalitas data pada penelitian ini dapat dilihat pada grafik berikut.





Penggunaan media sosial Instagram, terlihat bahwa data yang menyebar mendekati sumbu diagonal. Hal ini menunjukkan pola yang berdistribusi normal. Grafik uji normalitas Q-Q plot perilaku beragama juga menggambarkan penyebaran data mendekati sumbu diagonal, sehingga grafik ini menunjukkan pola berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat apakah penggunaan media sosial Instagram (X) memiliki pengaruh terhadap perilaku beragama (Y). Dalam penelitian ini, uji linearitas dapat dilihat melalui perbandingan nilai signifikasi dengan taraf signifikasi, dan perbandingan signifikasi deviasi linearitas dengan taraf signifikasi. Data dinyatakan linear jika signifikasi kurang dari 0,05 atau nilai signifikasi deviasi linearitas lebih dari 0,05. Linearitas data pada penelitian ini dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 4.43

Hasil Uji Linearitas

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Beragama * Instagram	Between Groups	(Combined)	6178.145	31	199.295	6.397	.000
		Linearity	5155.148	1	5155.148	165.478	.000
		Deviation from Linearity	1022.997	30	34.100	1.095	.393
	Within Groups		1152.667	37	31.153		
	Total		7330.812	68			

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel diatas, diketahui nilai signifikasi sebesar 0,000, yang berarti bahwa nilai signifikasi kurang dari taraf signifikasi (0,000<0,05), sehingga dinyatakan bahwa data berdistribusi linear. Selanjutnya, nilai signifikasi deviasi linearitas sebesar

0,393, yang berarti bahwa signifikasi deviasi linearitas lebih besar dari taraf signifikasi (0,393>0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara penggunaan media sosial Instagram dengan perilaku beragama.

3. Pengujian Hipotesis

Adapun bunyi hipotesis yang akan dijawab dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk kalimat:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

H_a : Terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

Dengan kriteria:

Jika F_{hitung}<atau≤$F_{tabel,}$ maka H_0 diterima

Jika F_{hitung}>atau≥F_{tabel} maka H_a ditolak

a. Uji Regresi Sederhana

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui SPSS versi 16.0, didapatkan hasil regresi sederhana sebagai berikut.

Tabel 4.44

Hasil Regresi Sederhana

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.771	4.770		2.677	.009
	Instagram	.957	.076	.839	12.600	.000

Sumber: Data Primer Tahun 2022

Catatan : B = Nilai Arah Sebagai prediksi
Sd = Kesalahan Baku
Beta = Nilai Patokan
T = Koefisien Uji T

Berdasarkan tabel diatas, kolom B pada konstanta (a) sebesar 12,771 dan nilai media sosial Instagram (b) sebesar 0,957 sehingga persamaan regresi sederhana yaitu:

Y = a+bX

Y = 12,771+0,957X

Persamaan ini dapat diartikan sebagai berikut:

1) Konstanta sebesar 12,771 berarti bahwa jika penggunaan media sosial Instagram bernilai 0, maka perilaku beragama bernilai 12,771.
2) Koefisien regresi variabel penggunaan media sosial Instagram 0,957 berarti bahwa jika penggunaan media sosial Instagram mengalami 1 peningkatan, maka perilaku beragama mengalami peningkatan sebesar 0,957.

b. Uji Kebermaknaan

Tabel 4.45

Uji Kebermaknaan

ANOVA[b]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5155.148	1	5155.148	158.754	.000[a]
	Residual	2175.664	67	32.473		
	Total	7330.812	68			
a. Predictors: (Constant), Instagram						
b. Dependent Variable: PerilakuBeragama						

Sumber: Pengolahan Data Primer Tahun 2022

Pada tabel diatas diketahui, F_{hitung} sebesar 158,754, sementara diperoleh nilai F_{tabel} = N-2 (69-2=67) sebesar 2,78. Kemudian membandingkan F_{hitung} dengan $F_{tabel.}$ Berdasarkan hasil yang diperoleh F_{hitung} (158,754) > F_{tabel} (2,78), sehingga H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madarasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

c. Koefisien Determinasi

Tabel 4.46
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839[a]	.703	.699	5.698

Sumber: Pengolahan Data Primer Tahun 2022

Catatan : r : koefisien korelasi

R square : Sumbangan/pengaruh

Std. Eror of the Estimate : Kesalahan model regresi

Pada tabel diatas, terlihat bahwa nilai r sebesar 0,839. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien korelasi positif antara penggunaan media sosialk Instagram dengan perilaku beragama. Untuk mengetahui besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang, dapat dilihat dari koefisien determinasi antara variabel penggunaan media sosial Instagram (X) dengan perilaku beragama (Y) dengan perhitungan sebagai berikut:

$D = r^2 \text{ X } 100\%$

$= (0{,}839)^2 \text{ X } 100\%$

$= 0{,}703921 \text{ X } 100\%$

$=70{,}3921\%$

$=70{,}4\%$

Setelah dilakukan perhitungan maka diperoleh nilai r sebesar 0,839 dan koefisien determinasi 70,4%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat diartikan bahwa 0,839 variabel perilaku beragama siswa dan siswi dipengaruhi oleh penggunaan media sosial Instagram sebesar 70,4% sementara 29,6% perilaku beragama siswa dan siswi dipengaruhi oleh faktor lain diluar penggunaan media sosial Instagram.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Gambaran Penggunaan Media Sosial Instagram Siswa dan Siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

Penggunaan merupakan suatu proses atau cara, serta perbuatan menggunakan sesuatu.[76] Media sosial adalah sekolompok aplikasi berbasis internet yang dibentuk berdasarkan ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan orang secara mobile menciptakan dan bertukar konten, yang disebut dengan user generated content.[77] Media sosial Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video, hal-hal yang dibagikan biasanya juga merupakan hal yang sedang trend pada saat itu. Nama Instagram berasal dari kata instan sedangkan gram berasal dari kata telegram, yang memiliki cara kerja yaitu untuk mengirim informasi kepada orang lain secepat mungkin.[78]

Sehingga penggunaan media sosial Instagram adalah suatu proses, cara atau kegiatan berkreasi, berbagi, berkomunikasi, berinteraksi, dan mengupload foto serta video menggunakan jaringan internet.

Berdasarkan penyebaran instrumen yang dilakukan berkenaan dengan penggunaan media sosial Instagram di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang, dapat dijelaskan sebagai berikut:

---

[76] Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), lihat di www.kbbi.web.id/penggunaan, diakses pada hari Kamis, tanggal 14 April 2022 pukul 21.27 WIB.

[77] Alo Liliweri, *Komunikasi Antar-Personal,* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group), hal 288

[78] Nuruddin, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*, (Yogyakarta: DPPM Dikti, 2012), hal 54

a. *Hastag* (#)

Hastag berfungsi untuk membantu pengguna dalam mengkategorikan foto dan video yang dicari ataupun yang dibagikan. Indikasinya ditemukan bahwa siswa dan siswi tidak hanya membagikan foto dan video yang berkaitan dengan keagamaan, tetapi juga terbantu dalam mencari dan mengakses hal-hal yang berkaitan dengan keagamaan ataupun lainnya dalam media sosial Instagramnya. Berdasarkan perolehan data yang didapat maka fitur *hastag* dalam media sosial Instagram berperan cukup baik dalam membantu siswa dan siswi.

b. Mentions

Mentions berfungsi untuk menandai, mencari, memanggil, dan memberikan sebuah informasi. Indikasinya menunjukkan bahwa siswa dan siswi mudah saat mencari dan menandai postingan dakwah Islam untuk mendapatkan petunjuk dalam hal keagamaan dan mengajak pengguna lain untuk menggali informasi mengenai keagamaan. Berdasarkan perolehan data yang didapat maka fitur *mentions* dalam media sosial Instagram berperan cukup baik dalam membantu siswa dan siswi.

c. Follow

Aspek selanjutnya adalah *follow* (mengikuti), memberi kemudahan bagi siswa dan siswi untuk mengikuti pengguna Instagram lain untuk menjalin silaturahmi atau mencontoh hal positif yang dibagikan oleh pengguna lain, serta untuk mengikuti akun keagamaan dengan tujuan

menambah ilmu keagamaan. Berdasarkan perolehan data, maka fitur *follow* memiliki peran yang baik bagi siswa dan siswi dalam menggali informasi keagamaan.

d. *Like* dan komentar

Aspek ini berfungsi untuk memberikan tanda suka terhadap postingan pengguna lain serta untuk meninggalkan pendapat di postingan pengguna lain. Indikasinya adalah siswa dan siswi berinteraksi dengan pengguna lain serta memberikan kritik dan saran untuk tetap menjaga silaturahmi dan menjalin ukhwah islamiyah. Mereka juga melatih etika berbicara dengan meninggalkan komentar yang sopan dan bertujuan untuk menghormati pemilik akun. Berdasarkan perolehan data, maka fitur *like* dan komentar berperan baik dalam membantu siswa dan siswi menjalin silaturahami dengan pengguna lain dan mengikuti akun keagamaan.

e. *Stories* (cerita Instagram)

Stories (cerita Instagram) berfungsi untuk membagikan foto atau video dalam jangka waktu yang tidak lama. Indikasinya adalah siswa dan siswi membagikan ilmu atau pengetahuan keagamaan yang dimiliki kepada teman-teman yang ada di media sosial Instagram baik itu mengenai amalan do’a yang sering dibaca ataupun cara-cara beribadah yang benar. Berdasarkan data yang diperoleh, fitur *stories* berperan rendah bagi siswa dan siswi dalam hal keagamaan.

Berdasarkan hasil yang telah dideskripsikan, presentase pada tiap indikasi penggunaan adalah media sosial Instagram di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang >50%, sehingga penggunaan media sosial Instagram di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang cukup baik.

2. Gambaran Perilaku Beragama Siswa dan Siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

Menurut Drs. H.M. Hafi Anshori, perilaku beragama adalah sebagai kelakuan religius menurut sepanjang ajaran agama berkisar dari perbuatan-perbuatan ibadah, amal shaleh, akhlak, baik secara vertikal terhadap Tuhan atau secara horizontal terhadap makhluk. Dalam hal ini perilaku beragama adalah bagaimana seseorang bertindak yang sesuai dengan ajaran dan norma agamanya sendiri. Jadi perilaku beragama adalah tindakan dan perbuatan yang mencerminkan nilai-nilai agama (keislaman) yang patuh kepada perintah Allah SWT dan taat menjauhi larangannya.

Berdasarkan penyebaran instrumen yang dilakukan berkenaan dengan perilaku beragama di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang, dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Dimensi Ideologis (Keyakinan/Aqidah)

Perilaku beragama dalam hal ini dapat dilihat saat bagaimana seseorang yakin akan adanya sang pencipta (Allah SWT) serta kekuasaannya. Indikasinya adalah siswa dan siswi tidak hanya menambah kepercayaan dan wawasan mengenai keesaan Allah SWT,

tetapi juga mengajak pengguna lain untuk tetap taat kepada ajaran Allah SWT, serta mempercayai hal-hal yang terlihat seperti takdir Allah SWT. Berdasarkan data yang diperoleh, dimensi ini berperan baik dalam membantu siswa dan siswi dalam memperkuat ketaatan kepada agama.

b. Dimensi Ritualistik (Dimensi Praktik Agama)

Aspek ini berarti dapat dilihat dari bagaimana seseorang melakukan kewajibannya dan praktik ibadah nya sebagai umat yang memeluk agama Islam. Indikasinya adalah terbukti bahwa siswa dan siswi mampu mempraktikkan ilmu agama dengan mengerjakan ibadah-ibadah, seperti berpartisipasi dalam konten berbagi di media sosial Instagram, membagikan hal-hal postif yang dilakukan agar orang dapat termotivasi, membagikan amalan-amalan yang bisa menjadikan amal jariyah, memotivasi orang lain untuk selalu berbuat baik, dan meninggalkan hal-hal yang dapat merusak nilai ibadah. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dimensi ini berperan cukup baik bagi siswa dan siswi dalam mempraktikkan ajaran agamanya.

c. Dimensi eksperensial (pengalaman)

Dalam hal ini, siswa dan siswi termotivasi untuk melakukan hal-hal positif yang dibagikan oleh pengguna lain agar lebih mendekatkan diri kepada Allah SWT, serta mereka dapat merasakan bahwa pertolongan Allah adalah pertolongan yang nyata bisa datang dari mana saja tidak terkecuali media sosial Instagram ini. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dimensi ini berperan cukup baik bagi siswa dan siswi.

d. Dimensi Intelektual (Dimensi Pengetahuan Agama)

Aspek ini berarti bahwa perilaku seseorang yang dapat dilihat dari seberapa besar seorang umat memahami tentang ajaran agamanya. Indikasi dalam hal ini adalah siswa dan siswi membagikan ilmu-ilmu agama yang dipunya untuk memberikan pengetahuan kepada orang lain dan menggali ilmu keagamaan yang lebih dalam. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dimensi ini berperan cukup baik bagi siswa dan siswi dalam membagikan ilmu agama.

e. Dimensi Konsekuensional (Dimensi Pengamalan)

Dimensi ini berarti bagaimana perilaku seseorang yang dapat dilihat dari bagaimana seseorang bertindak atau berperilaku sesuai dengan ajaran agamanya. Indikasinya adalah siswa dan siswi mampu menjaga perilakunya dalam bersikap baik kepada sesama dan orang tua serta guru, menjaga cara berpakaian, menjalin tali silaturahmi, tidak terlalu mengikuti trend dan mudah dalam memaafkan kesalahan orang lain. Berdasarkan data yang diperoleh, dimensi ini berperan cukup baik dalam membantu siswa dan siswi mengamalkan ajaran agamanya.

Berdasarkan hasil yang telah dideskripsikan, presentase pada setiap indikasi perilaku beragama di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang >50%, sehingga perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang cukup baik.

3. Pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang.

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 16.0 menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 158,754, sedangkan F_{tabel} sebesar 2,78 yang artinya 158,754>2,78. Berdasarkan kriteria perhitungan diatas, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang. Sementara itu, besarnya pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama adalah sebesar 79,4%, sementara 29,6% perilaku beragama siswa dan siswi dipengaruhi oleh faktor lain diluar penggunaan media sosial Instagram.

Dari data diatas, dapat dipahami bahwa penggunaan media sosial Instagram berpengaruh terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang. Namun demikian, kontribusi penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama sebesar 70,4%, sehingga disisi lain temuan ini mengisyaratkan bahwa siswa dan siswi harus dapat memperhatikan faktor-faktor mengenai perilaku beragama yang lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut. Dari hasil analisis pada setiap indikator dalam kedua variabel yaitu penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang, sebagai berikut:

1. Berdasarkan deskripsi hasil penelitian, presentase penggunaan media sosial Instagram siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang >50%, sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial Instagram siswa dan siswi cukup baik.
2. Berdasarkan deskripsi hasil penelitian, presentase perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang >50%, sehingga dapat dikatakan bahwa perilaku beragama siswa dan siswi cukup baik.
3. Berdasarkan hasil perhitungan uji F diperoleh hasil F_{hitung} (158,754) > F_{tabel} (2,78), bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Padang Panjang. Besarnya pengaruh variabel penggunaan penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku beragama adalah sebesar 70,4%

4. dan sebesar 29,6% perilaku beragama dipengaruhi oleh faktor lain diluar penggunaan media sosial Instagram.

B. Saran

Saran-saran yang dapat peneliti rekomendasikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi siswa dan siswi, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai penggunaan media sosial, terkhusus Instagram. Siswa dan siswi diharapkan dapat bijak dalam menggunakan media sosial Instagram serta mengaplikasikan perilaku beragama yang baik dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bagi peneliti selanjutnya
   a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam dan lebih banyak mendapatkan sumber dan referensi yang berkaitan dengan penggunaan media sosial Instagram dan perilaku beragama dengan tujuan penelitian yang dilakukan menjadi lebih baik dan lebih lengkap lagi.
   b. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan persiapan yang matang agar dalam pengumpulan dan pengolahan data terlaksana secara baik dan tepat.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Alqur'an dan Terjemahan.2012. Bandung: Kiaracondong Edisi C2

BUKU

Afrilla F, Naniek. 2020. *Teori-teori Komunikator*.Jakarta: Desanta Muliavisitama.

Ahyadi, Abdul Aziz. 1988. *Psikologi Agama Kepribadian Muslim Pancasila*. Jakarta : Sinar Baru.

Ancok, Djamaludin Ancok dan Fuad Nasori Suroso. 2000. *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Anshari, Endang Saifuddin. 2009. *Ilmu Filsafat dan Agama edisi Revisi*. Surabaya: Bina Ilmu.

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.

Azwar, Saifudin. 2005. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Az-Za'balawi, M. Sayyid Muhammad. 2007. *Pendidikan Remaja:Islam dan Ilmu Jiwa.* Jakarta: Gema Insani.

Emzir. 2011. *Metodelogi Penelitian Pendidikan : Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.

Faiza, Arum dan Sabila J.Firda, dkk. 2018. *Arus Metamorfosa Milenial*. Kendal : CV Achmad Jaya Group.

Ghufron, M. Nur dan Rini Risnawita S. 2011. *Teori-teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.

Hamid, Farid dan Heri Budiant. 2011. *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Kencana.

Hasan, Iqbaldan Misbahuddin. 2014. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Indriana, Dian. 2011. *Ragam Alat Bantu Pengajaran*. Jogjakarta: Diva Press.

Ispandriano, Lukas S. 2014. *Media dan Politik: Sikap Pers Terhadap Pemerintah Koalisi di Indonesia/ Salvatore Simarmata*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Madjid, Nurcholish. 2003. *Islam Agama Kemanusiaan : Membangun Tradisi dan Visi Baru Islam Indonesia.* Jakarta: Paramadina.

Muhtadi, Asep Saiful. 2008. *Komunikasi Politik Indonesia : Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mursal dan H.M Taher. 1980. *Kamus Ilmu Jiwa dan Pendidikan*. Bandung: Al-Ma'arif.

Nasrullah, Ruli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Nuruddin. *2012. Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta : DPPM DIKTI.

Palaoutzian, Raymond F. 1996. *Invitation to Pshychology of Religion*. Boston: Allyn & Bacon..

Quail, Denis MC. 1992. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.

Rahmat, Jalaludin. 1992. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Santrock, Jhon W. 2007. *Perkembangan Anak.* Jakarta: PT Erlangga.

Sarlito W, Sarwono. 2004. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.

Thouless, Robert H. 2000. *Pengantar Psikologi Agama, terjemahan Machnun Husein*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Yusuf, A.Muri. 2014. *Metodologi Penelitian*:*Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan.* Jakarta:Prenadamedia Group.

JURNAL

Mahendra, Bimo. *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram*, (Jurnal Visi Komunikasi Online, Vol. 16 No.01.

Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit dengan Facebook dan Instagram* : *Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram.* Malaysia : Publishing House.

Tim Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementrian Perdagangan RI.* Jakarta: Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI.

Yusuf, A.Muri. 2005. *Metodologi Penelitian*. Padang: UNP Pers.

PENELITIAN SEBELUMNYA

Ferlitasari, Reni. 2018. *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja: Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung*, Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan.

Skripsi Ade Soraya. 2019. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa*. Medan: Universitas Sumatera Utara.

Skripsi Alfin Khosyatillah. 2018. *Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.

Skripsi Nurul Fadilah Utama. 2019. *Dampak Penggunaan Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry.

Ulfa, Maria. 2018. *Efektifitas Instagram dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru*, Jom Fisip, Vol. 5 No.1

Ulfa, Nurul Fadhila. 2019. *Skripsi Dampak Penggunaan Istagram Terhadap Gaya Hidup Remaja*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry.

WEBSITE

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses melalui http://kbbi.web.id/

M.liputan6.com/news

https://www.mansatupadangpanjang.sch.id

WAWANCARA

Utami, Fadhilah Rizki, (2022, Januari 03), *personal interview.*

Maulana, Agus, (2022, Januari 03), personal interview.

Doni, Rahma, (2022, Januari 19), *personal interview.*

LAMPIRAN

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Deskripsi	No. Item Instrumen
1	Media Sosial Instagram	Fitur atau bagian Media Sosial Instagram	6. *Hastag* (#)	Membantu pengguna dalam mengkategorikan foto dan video yang dicari atau dibagikan.	1, 43, 51
			7. Mentions	Membantu pengguna dalam mencari, memanggil, dan menandai pengguna lain untuk memberikan sebuah informasi baik dari akun poengguna sendiri atau dari akun pengguna lain.	15, 26, 31, 37, 42
			8. Follow	Fitur ini adalah bagian dari maksud komunikasi melalui sosial media antara pengguna yang satu dengan pengguna yang lain. Untuk melakukan komunikasi atau interaksi tersebut maka harus memfollow akun pengguna lainnya. Dalam hal ini pengguna juga bisa mengikuti akun-akun positif yang memberikan	19, 33, 41, 48, 52

				contoh tentang berperilaku sesuai agama.	
			9. *Like* dan komentar	Fitur ini memberikan peluang untuk melihat seberapa besar kualitas foto atau video yang dibagikan disukai oleh banyak orang. Sedangkan komentar digunakan untuk interkasi antara pengguna yang satu dan lainnya dengan meninggalkan kata-kata di sebuah foto dan video.	7, 9, 11, 20, 32, 35, 40, 54
			10. *Stories* atau cerita instagram	Fitur ini memberi peluang bagi penggunanya untuk membagikan foto atau video dalam jangka waktu sebentar, baik itu membagikan konten dari pengguna lain atau sebaliknya.	6, 8, 23
2	Perilaku Beragama	Indikator Perilaku Beragama	6. Dimensi Ideologis (Keyakinan/Aqidah)	Perilaku beragama inidapat dilihat saat bagaimana seseorang yakin akan adanya sang pencipta (Allah SWT) dan sebagainya.	2, 12, 21, 22, 49
			7. Dimensi Ritualistik (Praktik	Perilaku beragama dalam dimensi ini bisa dilihat dari	3, 4, 13, 14, 24, 34, 44,

			Agama/Ibadah/Syari'ah)	pelaksanaan ibadah-ibadah serta perintah yang ada dalam ajaran agama. Seperti shalat, puasa, dakwah, dan sebagainya.	46
			8. Dimensi Eksperensial (Pengalaman)	Perilaku beragama dalam dimensi ini dapat dilihat saat merasakan kedekatan dengan Allah, merasa mendapat pertolongan atau peringatan dari Allah, dan sebagainya.	5, 16, 25, 36, 45
			9. Dimensi Intelektual (Penegtahuan Agama)	Perilaku beragama dalam dimensi ini dapat dilihat dari tindakan seseorang saat menonton atau melihat hal-hal keagamaan, dan sebagainya.	17, 18, 27, 28, 50, 53, 55
			10. Dimensi Konsekuensial (Pengamalan/Akhlak)	Perilaku beragama dalam hal ini bisa dilihat saat bagaimana seseorang bertindak atau menanamkan akhlaknya, baik itu dengan teman, guru, orang tua, dan sebagainya.	10, 29, 38, 39, 47, 30

Kusioner

1. **Kusioner Uji Coba**

KUESIONER

“PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU BERAGAMA SISWA DAN SISWI MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN) 01 KOTA PADANG PANJANG”

Identitas Responden

Nama Lengkap:

Kelas :

Petunjuk :Isilah angket dibawah ini sesuai dengan penilaian diri anda. Setiap jawaban adalah benar, sehingga anda tidak perlu ragu untuk menjawabnya sesuai dengan diri anda pada setiap butir pernyataan. Isilah setiap pernyataan ini dengan memilih satu diantara 5 alternatif jawaban dengan ketentuan sebagai berikut:

1. **SL** = Selalu
2. **S** = Sering
3. **K** = Kadang-kadang
4. **J** = Jarang
5. **TP** = Tidak Pernah

No	**Pernyataan**	**Jawaban**				
		SL	**S**	**K**	**J**	**TP**
1	Saya mencari postingan tentang agama Islam di media sosial Instagram					
2	Saya mengabaikan postingan tentang agama lain yang ada di media sosial Instagram					
3	Saya termotivasi untuk mengikuti penggalangan dana atau pemberian zakat melalui hastag berbagi yang ada di media sosial instagram					
4	Saya mengabaikan ajakan shalat tepat waktu yang dibagikan oleh pengguna					

	media sosial instagram					
5	Saat jauh dari Allah SWT, saya merasa bahwa saya mendapat peringatan untuk kembali mendekatkan diri kepada Allah SWT melalui postingan dari sebuah akun media sosial instagram					
6	Saya membagikan postingan tentang do'a-do'a yang biasa saya baca saat membutuhkan pertolongan					
7	Saya berdiskusi melalui kolom komentar dengan pengguna lain tentang hal keagamaan					
8	Saya membuat dan membagikan konten keagamaan pada story atau feed media sosial instagram					
9	Saya meninggalkan komentar dalam postingan media sosial instagram teman-teman saya yang berpakaian terlalu mengumbar aurat					
10	Saya mengabaikan postingan pengguna media sosial instagram yang sedang membutuhkan pertolongan					
11	Saya akan menyukai postingan yang berkaitan dengan orang muslim dan agama Islam					
12	Saya akan membagikan postingan tentang agama Islam melalui story atau feed di media sosial instagram					
13	Saya semakin rajin membaca Al-Qur'an setelah melihat story instagram salah satu selebgram favorit saya mengenai pentingnya membaca ayat suci Al-Qur'an					
14	Saya mengamalkan do'a-do'a yang dibagikan oleh postingan akun dakwah di media sosial instagram					

15	Saya mencari postingan keagamaan melalui akun dakwah agar saya bisa menemukan petunjuk					
16	Saya tidak senang saat postingan mengenai lantunan ayat suci Al-Qur'an lewat di beranda media sosial instagram					
17	Saya mengikuti kegiatan dakwah atau keagamaan yang sering dibagaikan oleh pengguna media sosial instagram lain					
18	Saya memperdalam ilmu agama saya dengan mengikuti akun keagamaan pada media sosial instagram					
19	Saya mengikuti akun pengguna lain pada media sosial instagram untuk menjalin tali silaturahmi antar sesama					
20	Saya berkomentar dengan sopan pada postingan pengguna lain					
21	Saya mengabaikan postingan tentang dakwah agama Islam yang ada di media sosial instagram					
22	Postingan yang paling saya sukai adalah postingan mengenai Allah SWT sebagai Tuhan seluruh umat manusia					
23	Saya membagikan postingan mengenai ibadah dalam story atau feed media sosial instagram					
24	Jika saya menemukan sebuah akun atau postingan yang mengolok-olok cara beribadah agama saya, saya akan meninggalkan komentar dalam akun atau postingan tersebut					
25	Saya membagikan postingan keagamaan karena itu merupakan bentuk rasa syukur agar orang lain dapat melihatnya					
26	Saya menandai orang lain dalam postingan keagamaan yang menurut					

	saya dapat membantu saya dalam pemecahan masalah					
27	Saya mengabaikan konten keagamaan yang dibagikan oleh pengguna media sosial instagram lainnya					
28	Saya mengira bahwa jika saya melihat mengenai hal keagamaan pada media sosial instagram, berarti saya adalah orang yang tidak modern					
29	Saya mencari sensasi dengan membuat kebohongan untuk menarik perhatian pengguna media sosial instagram lain					
30	Saya bersikap acuh kepada pengguna media sosial instagram lain yang ingin menjalin silaturahmi dengan saya					
31	Saya menandai teman-teman saya saat melihat postingan mengenai tanda-tanda hari akhir yang ada di media sosial instagram					
32	Saya meninggalkan komentar pada postingan dakwah Islam di media sosial instagram					
33	Bersedia memblokir akun atau postingan yang menjerumuskan saya pada hal-hal yang jauh dari nilai-nilai ibadah agama Islam					
34	Saya merasa bangga melihat teman-teman saya yang sering membagikan postingan mengenai ibadah					
35	Saya menyukai setiap postingan menyeru pada kebaikan yang lewat di beranda media sosial instagram					
36	Saya merasa do’a-do’a saya dijawab melalui postingan yang muncul dalam media sosial instagram					
37	Saya membiarkan teman-teman saya					

	menandai saya dalam postingan yang membuat saya jauh dari nilai-nilai keagamaan					
38	Saya mengutamakan eksistensi dari pada kejujuran dalam postingan media sosial instagram					
39	Saya menghindari membagikan foto atau video yang menunjukkan berpakaian seksi atau tidak sesuai dengan ajaran Islam					
40	Saya menyukai setiap postingan yang dibagikan oleh teman-teman atau guru saya dengan maksud untuk menghormatinya					
41	Saya akan mengikuti postingan-postingan yang berkaitan dengan agama Islam					
42	Saya menandai teman-teman saya saat membagikan postingan mengenai keagamaan dalam media sosial instagram					
43	Saya mencari akun yang sering membagikan postingan tentang cara-cara beribadah yang benar					
44	Saya akan membagikan postingan tentang shalat, atau ibadah lainnya dalam story media sosial instagram saya					
45	Saya merasa mendapat peringatan dari komentar yang ditinggalkan oleh pengguna lain dalam media sosial instagram					
46	Saya mengikuti akun berbagi dalam media sosial instagram agar saya bisa ikut serta dalam konten berbagi tersebut					
47	Saya tidak memaksakan orang tua saya untuk membelikan sesuatu barang yang sedang trend dalam media sosial					

	instagram					
48	Saya memblokir akun pengguna media sosial instagram lain yang tidak saya kenal					
49	Saya berusaha membenahi diri setelah melihat postingan mengenai keagamaan yang ada di media sosial instagram					
50	Dalam hal keagamaan yang saya bagikan dalam postingan media sosial instagram, itu merupakan niat yang berasal dari dalam diri saya					
51	Saya mencari postingan keagamaan melalui hastag yang ada di media sosial instagram					
52	Ketika saya melihat akun dakwah atau keagamaan, saya akan mengikuti akun tersebut					
53	Saya mudah memahami ilmu keagamaan yang dibagikan di media sosial instagram karena pengemasan konten keagamaan yang menarik					
54	Saya mengabaikan komentar yang ditinggalkan teman-teman saya pada postingan akun media sosial instagram saya					
55	Saya mempraktikkan ilmu agama yang saya dapat melalui media sosial instagram					

2. Kusioner Valid Setelah Uji Coba

KUESIONER

"PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU BERAGAMA SISWA DAN SISWI MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN) 01 KOTA PADANG PANJANG"

Identitas Responden

Nama Lengkap **:**

Kelas :

Nama Media Sosial Instagram :

Lokasi Penelitian : **MAN 01 Kota Padang Panjang**

Petunjuk :Isilah angket dibawah ini sesuai dengan penilaian diri anda. Setiap jawaban adalah benar, sehingga anda tidak perlu ragu untuk menjawabnya sesuai dengan diri anda pada setiap butir pernyataan. Isilah setiap pernyataan ini dengan memilih satu diantara 5 alternatif jawaban dengan ketentuan sebagai berikut:

6. **SL** = Selalu
7. **S** = Sering
8. **K** = Kadang-kadang
9. **J** = Jarang
10. **TP** = Tidak Pernah

Padang Panjang, 2022

.....

No	Pernyataan	Jawaban				
		SL	S	K	J	TP
1	Saya mencari postingan tentang agama Islam di media sosial Instagram					
2	Saat jauh dari Allah SWT, saya merasa bahwa saya mendapat peringatan untuk kembali mendekatkan diri kepada Allah SWT melalui postingan dari sebuah akun media sosial instagram					
3	Saya membagikan postingan tentang do'a-do'a yang biasa saya baca saat membutuhkan pertolongan					
4	Saya membuat dan membagikan konten keagamaan pada story atau feed media sosial instagram					
5	Saya meninggalkan komentar dalam postingan media sosial instagram teman-teman saya yang berpakaian terlalu mengumbar aurat					
6	Saya mengabaikan postingan pengguna media sosial instagram yang sedang membutuhkan pertolongan					
7	Saya akan menyukai postingan yang berkaitan dengan orang muslim dan agama Islam					
8	Saya akan membagikan postingan tentang agama Islam melalui story atau feed di media sosial instagram					
9	Saya semakin rajin membaca Al-Qur'an setelah melihat story instagram salah satu selebgram favorit saya mengenai pentingnya membaca ayat suci Al-Qur'an					
10	Saya mengamalkan do'a-do'a yang dibagikan oleh postingan akun dakwah					

	di media sosial instagram					
11	Saya mencari postingan keagamaan melalui akun dakwah agar saya bisa menemukan petunjuk					
12	Saya mengikuti kegiatan dakwah atau keagamaan yang sering dibagaikan oleh pengguna media sosial instagram lain					
13	Saya memperdalam ilmu agama saya dengan mengikuti akun keagamaan pada media sosial instagram					
14	Saya mengikuti akun pengguna lain pada media sosial instagram untuk menjalin tali silaturahmi antar sesama					
15	Saya berkomentar dengan sopan pada postingan pengguna lain					
16	Postingan yang paling saya sukai adalah postingan mengenai Allah SWT sebagai Tuhan seluruh umat manusia					
17	Saya membagikan postingan mengenai ibadah dalam story atau feed media sosial instagram					
18	Saya membagikan postingan keagamaan karena itu merupakan bentuk rasa syukur agar orang lain dapat melihatnya					
19	Saya menandai orang lain dalam postingan keagamaan yang menurut saya dapat membantu saya dalam pemecahan masalah					
20	Saya meninggalkan komentar pada postingan dakwah Islam di media sosial instagram					
21	Saya merasa bangga melihat teman-teman saya yang sering membagikan postingan mengenai ibadah					
22	Saya menyukai setiap postingan menyeru pada kebaikan yang lewat di					

	beranda media sosial instagram					
23	Saya merasa do'a-do'a saya dijawab melalui postingan yang muncul dalam media sosial instagram					
24	Saya menghindari membagikan foto atau video yang menunjukkan berpakaian seksi atau tidak sesuai dengan ajaran Islam					
25	Saya menyukai setiap postingan yang dibagikan oleh teman-teman atau guru saya dengan maksud untuk menghormatinya					
26	Saya akan mengikuti postingan-postingan yang berkaitan dengan agama Islam					
27	Saya menandai teman-teman saya saat membagikan postingan mengenai keagamaan dalam media sosial instagram					
28	Saya mencari akun yang sering membagikan postingan tentang cara-cara beribadah yang benar					
29	Saya akan membagikan postingan tentang shalat, atau ibadah lainnya dalam story media sosial instagram saya					
30	Saya merasa mendapat peringatan dari komentar yang ditinggalkan oleh pengguna lain dalam media sosial instagram					
31	Saya mengikuti akun berbagi dalam media sosial instagram agar saya bisa ikut serta dalam konten berbagi tersebut					
32	Saya tidak memaksakan orang tua saya untuk membelikan sesuatu barang yang sedang trend dalam media sosial instagram					

33	Saya berusaha membenahi diri setelah melihat postingan mengenai keagamaan yang ada di media sosial instagram					
34	Dalam hal keagamaan yang saya bagikan dalam postingan media sosial instagram, itu merupakan niat yang berasal dari dalam diri saya					
35	Saya mencari postingan keagamaan melalui hastag yang ada di media sosial instagram					
36	Ketika saya melihat akun dakwah atau keagamaan, saya akan mengikuti akun tersebut					
37	Saya mudah memahami ilmu keagamaan yang dibagikan di media sosial instagram karena pengemasan konten keagamaan yang menarik					
38	Saya mempraktikkan ilmu agama yang saya dapat melalui media sosial instagram					

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

1. Hasil Uji Validitas

	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen				
No Item	Corrected Item-Total Correlation	**Nilai Tabel r**	**Keterangan**	Cronbach's Alpha if Item Deleted	**Keterangan**
Item 1	.512	0,3061	**Valid**	.911	**Reliabel**
Item 2	.076	0,3061	**Tidak valid**	.914	**Reliabel**
Item 3	.260	0,3061	**Tidak valid**	.912	**Reliabel**
Item 4	-.066	0,3061	**Tidak valid**	.915	**Reliabel**
Item 5	.516	0,3061	**Valid**	.910	**Reliabel**
Item 6	.581	0,3061	**Valid**	.909	**Reliabel**
Item 7	.228	0,3061	**Tidak valid**	.913	**Reliabel**
Item 8	.507	0,3061	**Valid**	.910	**Reliabel**
Item 9	.589	0,3061	**Valid**	.909	**Reliabel**
Item 10	.382	0,3061	**Valid**	.911	**Reliabel**
Item 11	.604	0,3061	**Valid**	.910	**Reliabel**
Item 12	.601	0,3061	**Valid**	.909	**Reliabel**
Item 13	.770	0,3061	**Valid**	.908	**Reliabel**
Item 14	.584	0,3061	**Valid**	.910	**Reliabel**
Item 15	.689	0,3061	**Valid**	.908	**Reliabel**
Item 16	.016	0,3061	**Tidak valid**	.914	**Reliabel**
Item 17	.554	0,3061	**Valid**	.910	**Reliabel**
Item 18	.614	0,3061	**Valid**	.909	**Reliabel**
Item 19	.387	0,3061	**Valid**	.911	**Reliabel**

Item 20	.413	0,3061	**Valid**	.911	**Reliabel**
Item 21	-.055	0,3061	**Tidak valid**	.914	**Reliabel**
Item 22	.449	0,3061	**Valid**	.911	**Reliabel**
Item 23	.729	0,3061	**Valid**	.908	**Reliabel**
Item 24	.242	0,3061	**Tidak valid**	.913	**Reliabel**
Item 25	.797	0,3061	**Valid**	.907	**Reliabel**
Item 26	.657	0,3061	**Valid**	.908	**Reliabel**
Item 27	-.019	0,3061	**Tidak valid**	.915	**Reliabel**
Item 28	-.204	0,3061	**Tidak valid**	.916	**Reliabel**
Item 29	.253	0,3061	**Tidak valid**	.912	**Reliabel**
Item 30	.086	0,3061	**Tidak valid**	.913	**Reliabel**
Item 31	.281	0,3061	**Tidak valid**	.912	**Reliabel**
Item 32	.481	0,3061	**Valid**	.910	**Reliabel**
Item 33	.171	0,3061	**Tidak valid**	.914	**Reliabel**
Item 34	.649	0,3061	**Valid**	.909	**Reliabel**
Item 35	.543	0,3061	**Valid**	.910	**Reliabel**
Item 36	.694	0,3061	**Valid**	.908	**Reliabel**
Item 37	-.281	0,3061	**Tidak valid**	.920	**Reliabel**
Item 38	-.287	0,3061	**Tidak valid**	.921	**Reliabel**
Item 39	.328	0,3061	**Valid**	.912	**Reliabel**
Item 40	.669	0,3061	**Valid**	.909	**Reliabel**
Item 41	.691	0,3061	**Valid**	.908	**Reliabel**
Item 42	.522	0,3061	**Valid**	.910	**Reliabel**
Item 43	.676	0,3061	**Valid**	.908	**Reliabel**
Item 44	.597	0,3061	**Valid**	.909	**Reliabel**
Item 45	.500	0,3061	**Valid**	.910	**Reliabel**
Item 46	.558	0,3061	**Valid**	.909	**Reliabel**

Item 47	.359	0,3061	**Valid**	.912	**Reliabel**
Item 48	-.146	0,3061	**Tidak valid**	.917	**Reliabel**
Item 49	.698	0,3061	**Valid**	.908	**Reliabel**
Item 50	.635	0,3061	**Valid**	.908	**Reliabel**
Item 51	.667	0,3061	**Valid**	.908	**Reliabel**
Item 52	.598	0,3061	**Valid**	.909	**Reliabel**
Item 53	.502	0,3061	**Valid**	.910	**Reliabel**
Item 54	-.102	0,3061	**Tidak valid**	.915	**Reliabel**
Item 55	.613	0,3061	**Valid**	.909	**Reliabel**

2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	55

Hasil Uji

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Instagram	PerilakuBeragama
N		69	69
Normal Parameters[a]	Mean	62.12	72.25
	Std. Deviation	9.094	10.383
Most Extreme Differences	Absolute	.056	.076
	Positive	.056	.065
	Negative	-.045	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.463	.629
Asymp. Sig. (2-tailed)		.983	.823

a. Test distribution is Normal.

2. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PerilakuBeragama * Instagram	Between Groups	(Combined)	6178.145	31	199.295	6.397	.000
		Linearity	5155.148	1	5155.148	165.478	.000
		Deviation from Linearity	1022.997	30	34.100	1.095	.393
	Within Groups		1152.667	37	31.153		
	Total		7330.812	68			

3. Uji Kebermaknaan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839[a]	.703	.699	5.698

a. Predictors: (Constant), Instagram

b. Dependent Variable: PerilakuBeragama

4. Regresi Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.771	4.770		2.677	.009
	Instagram	.957	.076	.839	12.600	.000

a. Dependent Variable: PerilakuBeragama