

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
RIWAYAT HIDUP	xx
MOTTO	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	12
E. Kerangka Pemikiran.....	13
1. Kerangka Teoritikal	13
2. Kerangka Konseptual.....	15
3. Hipotesis.....	23
4. Langkah-Langkah Penelitian	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	37
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	37
B. Kajian Konseptual.....	41
1. Media Sosial Instagram.....	41
2. Instgram sebagai Media Dakwah	52
3. Konsep Hijrah	62
A. Kajian Teori	72
1. Uses and Gratifications	72
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	81

A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian.....	81
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	81
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	83
B. Hasil Penyebaran Kuesioner	85
1. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	85
C. Uji Instrumen	156
1. Uji Validitas	156
2. Uji Reliabilitas	160
D. Uji Asumsi Klasik.....	161
1. Uji Normlitas.....	161
2. Uji Heterokedastisitas	161
3. Analisis Regresi Sederhana.....	162
4. Uji Koefisien Korelasi (R)	164
5. Uji Koefisien Determinasi (R Square)	164
6. Uji F / Uji Stimultam	165
7. Uji T / Partial.....	166
E. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	167
1. Penggunaan Media Sosial Instagram @taubatters sebagai Media Dakwah oleh <i>Followers</i>	168
2. Konsep Hijrah yang Dipahami oleh <i>Followers</i> setelah Mengakses Konten Dakwah pada akun @taubatters	175
3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram pada akun @taubatters sebagai Media Dakwah (X) terhadap Konsep Hijrah (Y)	183
BAB IV PENUTUP	192
A. Kesimpulan	192
B. Saran.....	193
DAFTAR PUSTAKA.....	195
LAMPIRAN.....	201

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Operasional Variabel.....	20
Tabel 1. 2 Skala Angket Penelitian.....	29
Tabel 1. 3 Interval Koefisien Korelasi Nilai r	34
Tabel 2. 1 Penelitian Relevan	40
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran TCR.....	85
Tabel 3. 2 Persentase Skor Kebutuhan Informasi.....	94
Tabel 3. 3 Persentase Skor Kebutuhan Identitas Pribadi	106
Tabel 3. 4 Persentase Skor Kebutuhan Sosial.....	119
Tabel 3. 5 Persentase Skor Pemahaman Hijrah	131
Tabel 3. 6 Persentase Skor Motivasi dan Niat Hijrah.....	144
Tabel 3. 7 Persentase Skor Perubahan Perilaku.....	154
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Instrumen (X).....	156
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Kualitas Instrumen (Y).....	158
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	160
Tabel 3. 11 Hasil Uji Normalitas	161
Tabel 3. 12 Hasil Uji Heterokedastisitas	161
Tabel 3. 13 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	163
Tabel 3. 14 Analisis Koefisien Korelasi (R).....	164
Tabel 3. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)	165
Tabel 3. 16 Hasil Uji F.....	166
Tabel 3. 17 Hasil Uji T	167

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Foto Profil Instagram @taubatters.....	81
Gambar 3. 2 Grafik followers selalu mengakses konten @taubatters untuk menambah wawasan agama	85
Gambar 3. 3 Grafik jarang menemukan wawasan baru saat mengakses konten @taubatters	86
Gambar 3. 4 Grafik konten @taubatters menambah pengetahuan seputar keislaman	87
Gambar 3. 5 Grafik belajar agama melalui akun seperti @taubatters bukanlah prioritas	87
Gambar 3. 6 Grafik konten yang dibagikan oleh @taubatters membantu memahami nilai-nilai Islam	88
Gambar 3. 7 Grafik kesulitan memahami beberapa nilai islam yang disampaikan oleh akun @taubatters.....	89
Gambar 3. 8 Grafik lebih mengerti ajaran Islam melalui konten di akun @taubatters	90
Gambar 3. 9 Grafik beberapa konten @taubatters belum sepenuhnya memberikan pemahaman agama	90
Gambar 3. 10 Grafik Menemukan banyak informasi keislaman yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari melalui konten @taubatters	91
Gambar 3. 11 Grafik sebagian informasi dari akun @taubatters terasa kurang relevan dengan kondisi yang sedang dialami.....	92
Gambar 3. 12 Grafik konten @taubatters relevan dengan situasi yang dihadapi sehari-hari.....	93
Gambar 3. 13 Grafik jarang menemukan konten yang bisa di praktikkan dari akun @taubatters.....	93
Gambar 3. 14 Grafik merasa nilai-nilai yang disampaikan @taubatters sejalan dengan keyakinan.....	96
Gambar 3. 15 Grafik merasa tidak cocok dengan nilai-nilai yang ada di akun @taubatters	97

Gambar 3. 16 Grafik konten @taubatters mencerminkan identitas sebagai seorang muslim	98
Gambar 3. 17 Grafik merasa konten @taubatters belum mencerminkan identitas keislaman	99
Gambar 3. 18 Grafik konten @taubatters memperkuat tekad untuk terus berhijrah	100
Gambar 3. 19 Grafik konten @taubatters kurang memberi dorongan terhadap niat hijrah	100
Gambar 3. 20 Grafik merasa semakin yakin dalam menjalani proses hijrah setelah melihat konten @taubatters	101
Gambar 3. 21 Grafik belum menemukan motivasi hijrah yang kuat dari konten @taubatters	102
Gambar 3. 22 Grafik konten @taubatters mendorong untuk tampil sebagai pribadi Muslim yang lebih baik	103
Gambar 3. 23 Grafik konten @taubatters tidak memengaruhi cara memandang identitas religius followers	104
Gambar 3. 24 Grafik Terinspirasi untuk mencerminkan kehidupan yang lebih religius setelah melihat konten @taubatters	105
Gambar 3. 25 Grafik konten @taubatters kurang memengaruhi pembentukan citra diri religius followers	105
Gambar 3. 26 Grafik sering membagikan konten dari akun @taubatters kepada orang lain.....	108
Gambar 3. 27 Grafik jarang membagikan atau membicarakan konten dari @taubatters	109
Gambar 3. 28 Grafik merasa nyaman berdiskusi tentang konten @taubatters dengan teman/keluarga.....	110
Gambar 3. 29 Grafik kurang tertarik untuk berdiskusi mengenai konten @taubatters dengan orang lain.....	111
Gambar 3. 30 Grafik akun @taubatters membuat merasa menjadi bagian dari komunitas hijrah.....	112

Gambar 3. 31 Grafik merasa keterikatan komunitas di akun @taubatters masih kurang kuat.....	113
Gambar 3. 32 Grafik merasa terhubung dengan orang-orang yang memiliki perjalanan hijrah melalui @taubatters	114
Gambar 3. 33 Grafik merasa akun @taubatters belum memberikan rasa kebersamaan dalam berhijrah.....	115
Gambar 3. 34 Grafik konten @taubatters memberikan dukungan emosional dalam proses hijrah	116
Gambar 3. 35 Grafik konten @taubatters kurang membantu saat menghadapi tantangan dalam berhijrah	117
Gambar 3. 36 Grafik merasa dikuatkan secara mental melalui pesan-pesan dari akun @taubatters.....	118
Gambar 3. 37 Grafik merasa tidak ada dukungan moral dari konten @taubatters	118
Gambar 3. 38 Grafik memahami bahwa hijrah mencakup perubahan sikap, perilaku dan niat	121
Gambar 3. 39 Grafik kurang memahami bahwa hijrah harus dimulai dari perubahan hati dan niat	122
Gambar 3. 40 Grafik hijrah adalah proses menyeluruh, bukan sekedar penampilan luar	123
Gambar 3. 41 Grafik menganggap hijrah hanya soal cara berpakaian dan penampilan	124
Gambar 3. 42 Grafik tahu bahwa hijrah juga berarti memperbaiki hubungan dengan Allah SWT dan sesama.....	124
Gambar 3. 43 Grafik lebih memaknai hijrah sebagai ibadah pribadi, tanpa terlalu memikirkan kaitannya dengan lingkungan	125
Gambar 3. 44 Grafik memahami bahwa hijrah membawa dampak dalam kehidupan sosial	126
Gambar 3. 45 Grafik belum menyadari bahwa hijrah dapat memengaruhi terhadap kehidupan sosial seseorang	127

Gambar 3. 46 Grafik dapat membedakan mana hijrah yang dilakukan karena tren dan mana yang karena niat tulus	128
Gambar 3. 47 Grafik masih sulit membedakan hijrah karena tren atau niat yang tulus	129
Gambar 3. 48 Grafik memahami pentingnya konsistensi dalam berhijrah	129
Gambar 3. 49 Grafik menganggap semua bentuk hijrah sama, tanpa perlu memikirkan niat dibaliknya.....	130
Gambar 3. 50 Grafik konten @taubatters memotivasi untuk meningkatkan ketaatan kepada Allah SWT	133
Gambar 3. 51 Grafik belum merasa ada peningkatan motivasi ibadah setelah melihat konten @taubatters.....	134
Gambar 3. 52 Grafik terdorong untuk lebih serius menjalankan ajaran agama setelah mengikuti akun @taubatters	135
Gambar 3. 53 Grafik konten @taubatters tidak memberikan semangat dalam menjalankan agama.....	136
Gambar 3. 54 Grafik berusaha meninggalkan gaya hidup lama yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.....	137
Gambar 3. 55 Grafik tetap menjalankan gaya hidup lama meskipun mulai berhijrah	138
Gambar 3. 56 Grafik Hijrah Mendorong untuk Menghindari Kebiasaan yang Tidak Baik.....	139
Gambar 3. 57 Grafik Belum merasa perlu mengubah gaya hidup setelah mengenal hijrah.....	139
Gambar 3. 58 Grafik Konten @taubatters menyentuh hati saya dan menginspirasi untuk berhijrah	140
Gambar 3. 59 Grafik Belum merasa cukup terinspirasi untuk berhijrah dari konten @taubatetrs yang dilihat.....	141
Gambar 3. 60 Grafik Merasa konten @taubatters yang relevan dengan kehidupan membuat ingin berubah.....	142
Gambar 3. 61 Grafik Konten di media sosial belum cukup kuat untuk mengubah niat hidup.....	143

Gambar 3. 62 Grafik Semakin rutin beribadah setelah mengenal hijrah.....	146
Gambar 3. 63 Grafik Tidak ada Perubahan dalam Ibadah Setelah Berniat Berhijrah.....	146
Gambar 3. 64 Grafik Hijrah membuat ingin menambah amal ibadah setiap hari	147
Gambar 3. 65 Grafik Belum merasa terdorong untuk memperbaiki ibadah	148
Gambar 3. 66 Grafik Berusaha meninggalkan perilaku buruk yang dulu sering dilakukan.....	148
Gambar 3. 67 Masih melakukan kebiasaan buruk seperti sebelum hijrah	149
Gambar 3. 68 Setelah berhijrah, lebih sadar terhadap kesalahan masa lalu.....	150
Gambar 3. 69 Hijrah belum sepenuhnya mengubah kebiasaan negatif yang dimiliki	150
Gambar 3. 70 Grafik tentang Followers suka berbagi semangat hijrah kepada teman dan keluarga	151
Gambar 3. 71 Grafik Merasa tidak Perlu Menyebarkan Semangat Hijrah kepada Orang Lain	152
Gambar 3. 72 Grafik merasa bertanggung jawab untuk mengajak orang lain menuju kebaikan	152
Gambar 3. 73 Grafik Fokus Menjalani Hijrah secara Pribadi tanpa Mengajak Orang Lain	153

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Operasional Variabel.....	20
Tabel 1. 2 Skala Angket Penelitian.....	29
Tabel 1. 3 Interval Koefisien Korelasi Nilai r	34
Tabel 2. 1 Penelitian Relevan	40
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran TCR.....	85
Tabel 3. 2 Persentase Skor Kebutuhan Informasi.....	94
Tabel 3. 3 Persentase Skor Kebutuhan Identitas Pribadi	106
Tabel 3. 4 Persentase Skor Kebutuhan Sosial.....	119
Tabel 3. 5 Persentase Skor Pemahaman Hijrah	131
Tabel 3. 6 Persentase Skor Motivasi dan Niat Hijrah.....	144
Tabel 3. 7 Persentase Skor Perubahan Perilaku.....	154
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Instrumen (X).....	156
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Kualitas Instrumen (Y).....	158
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	160
Tabel 3. 11 Hasil Uji Normalitas	161
Tabel 3. 12 Hasil Uji Heterokedastisitas	161
Tabel 3. 13 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	163
Tabel 3. 14 Analisis Koefisien Korelasi (R).....	164
Tabel 3. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)	165
Tabel 3. 16 Hasil Uji F.....	166
Tabel 3. 17 Hasil Uji T	167