

ABSTRAK

Muhammad Kamal Rijki: Pengaruh Terpaan Konten Dakwah *Instagram @pesan_Trend* Terhadap Sikap Keberagamaan *Followers* (Survei Pada *Followers Instagram @pesan_Trend*)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana dakwah digital bagi generasi muda. Akun *Instagram @pesan_trend* hadir dengan konsep perpaduan spiritualitas dan estetika alam dengan slogan “*Recharge Iman*” untuk membantu *followers* usia produktif (15–64 tahun) memenuhi kebutuhan spiritual dan wawasan keagamaan mereka. Dengan demikian, *@pesan_trend* menjadi sarana dakwah digital yang mempermudah pembinaan keimanan secara praktis, komunikatif, dan sesuai dengan karakter audiens di era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan konten dakwah melalui akun *Instagram @pesan_trend* terhadap sikap keberagamaan *followers*. Fokus penelitian ini diarahkan pada sejauh mana paparan pesan keagamaan mampu mendorong penguatan aspek religiusitas audiens. Penelitian ini menggunakan Teori Terpaan Media dengan dimensi frekuensi, durasi, dan atensi untuk variabel X, serta Teori Religiusitas yang mencakup dimensi keyakinan, peribadatan, penghayatan, pengetahuan agama, dan pengalaman untuk variabel Y.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan teknik *purposive sampling*, yaitu *followers Instagram @pesan_trend* yang berada dalam usia produktif berusia 15-64 tahun. Kuesioner mencakup variabel terpaan konten dakwah yang terdiri atas frekuensi, durasi, dan atensi. Sementara itu, variabel sikap keberagamaan meliputi keyakinan, peribadatan, penghayatan, pengetahuan agama, pengalaman. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan hasil uji regresi menunjukkan nilai R 0,572 dan R Square 0,328, sehingga terpaan konten dakwah akun *Instagram @pesan_trend* berpengaruh sebesar 32,8% terhadap sikap keberagamaan *followers*. Sedangkan 67,2% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung 6,767 dan koefisien regresi menunjukkan 1,656. Dengan demikian, terpaan konten dakwah akun *Instagram @pesan_trend* memiliki pengaruh positif, signifikan, dan sedang terhadap sikap keberagamaan *followers*.

Kata Kunci: Terpaan, Konten Dakwah, Media sosial, Sikap Keberagamaan.

ABSTRACT

Muhammad Kamal Rijki: *The Influence of Da'wah Content Exposure on Instagram @pesan_trend on Followers' Religious Attitudes (A Survey on Followers of Instagram @pesan_trend)*

This research is motivated by the high utilization of Instagram as a digital da'wah medium for the younger generation. The Instagram account @pesan_trend is present with a concept combining spirituality and natural aesthetics along with the slogan "Recharge Iman" to help followers of productive age (15–64 years) fulfill their spiritual needs and religious insights. Thus, @pesan_trend becomes a digital da'wah medium that facilitates practical and communicative faith-building, aligning with the characteristics of audiences in the digital era.

This study aims to determine the magnitude of the effect of da'wah content exposure through the Instagram account @pesan_trend on followers' religious attitudes. The focus of this research is directed at the extent to which exposure to religious messages can encourage the strengthening of the audience's religiosity aspects. This study uses Media Exposure Theory with the dimensions of frequency, duration, and attention for variable X, and Religiosity Theory covering the dimensions of belief, religious practice, religious feeling, religious knowledge, and experience for variable Y.

The method used in this research is a quantitative approach with a survey method. The research sample consisted of 96 respondents determined using the Lemeshow formula with a purposive sampling technique, namely Instagram followers of @pesan_trend in the productive age of 15–64 years. The questionnaire includes the da'wah content exposure variable consisting of frequency, duration, and attention. Meanwhile, the religious attitude variable includes belief, religious practice, religious feeling, religious knowledge, and experience. Data analysis was conducted using simple linear regression with the assistance of SPSS version 22.

The results indicate that the regression test yielded an R-value of 0.572 and an R Square of 0.328, meaning that da'wah content exposure from the Instagram account @pesan_trend influences followers' religious attitudes by 32.8%. Meanwhile, the remaining 67.2% is influenced by other factors outside of this study. Hypothesis testing shows a significance value of $0.000 < 0.05$ with a t-count of 6.767 and a regression coefficient of 1.656. Thus, da'wah content exposure from the Instagram account @pesan_trend has a positive, significant, and moderate effect on followers' religious attitudes.

Keywords: *Exposure, Da'wah Content, Social Media, Religious Attitude.*