

**Pengaruh Akun *Instagram* Dakwah
@syafiqrizabasalamah_official Terhadap
Kognitif *Followers*-nya**

SKRIPSI

**Oleh:
Andico Alhafiizh
201510415164**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Akun *Instagram* Dakwah
@syafiqrizabasalamah_official Terhadap
Kognitif *Followers-nya*

Nama Mahasiswa : Andico Alhafiizh

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415164

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

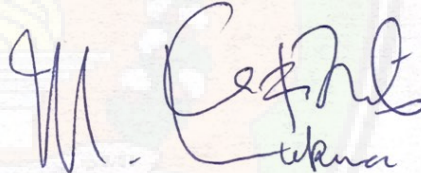
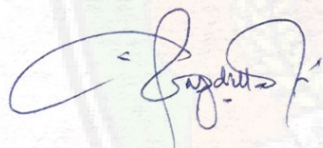
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juni 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Aryadillah, S.Sos., I. MM, M.I.Kom
NID. 0041603054

Muhamad Lukman Arifianto, S.Sos, M.Si
NID. 041707040

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Akun *Instagram* Dakwah
@syafiqrizabasalamah_official Terhadap Kognitif
Followers-nya.
Nama Mahasiswa : Andico Alhafiizh
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415164
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juni 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom
NID. 041310003

Penguji I : Aryadillah, S.Sos. I, MM., M.I.Kom
NID. 0041603054

Penguji II : Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NID. 0041808008

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1904409

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa: Skripsi yang berjudul “Pengaruh Akun Instagram Dakwah @syafiqrizabasalamah_official Berdampak Pada Kognitif Followersnya.”, adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, untuk menyimpan skripsi dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan



Andico Alhafiizh

201510415164

ABSTRAK

Andico Alhafiizh. 201510415164. Pengaruh Akun Instagram Dakwah @syafiqrizabasalamah_official Berdampak Pada Kognitif Followersnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan apakah terdapat “pengaruh” akun instagram dakwah @syafiqrizabasalamah_official terhadap kognitif Followersnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Teori Uses and Gratification dan terpaan media.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Kuantitatif paradigma Positivistik. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner kepada followers akun instagram @syafiqrizabasalamah_official. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan rumus slovin sebesar 10%. Penulis menentukan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan simple random sampling. Penulis menggunakan skala likert dengan pengukuran ordinal sebagai alat ukur jenjang pendapat responden. Penelitian ini menggunakan validitas konstruk sebab skala yang di ukur mencerminkan konsep yang di ukur. Pada Variabel X (Akun Instagram) terdapat 20 butir pernyataan yang valid, sedangkan pada Variabel Y (Kognitif Followers) terdapat 20 butir pernyataan yang valid.

Penulis menggunakan metode enter dalam uji analisis regresi (R) yaitu sebesar 0,862, dengan output statistik koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,742, maka dari itu pengaruh Variabel Akun Instagram (X) terhadap Variabel Kognitif Followers (Y) adalah 7,42%. Nilai F hitung 279,686 dengan taraf signifikansi probabilitas $0.000 < 0.5$, maka model regresi yang dapat dipakai ialah memprediksi variabel terikat (Y). Pada kolom B konstan (a) adalah 4,606, dan nilai Akun Instagram (b) 0,882.

Dalam penelitian ini t hitung adalah 16,724 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini ialah akun instagram (Variabel X) dalam akun @syafiqrizabasalamah_official berpengaruh kuat terhadap kognitif followersnya (Variabel Y) dengan nilai 0,862 berada di interval 0,60 – 0,799.

Kata Kunci : Akun Instagram, Terpaan Media, Media Soaial, Teori Uses and Gratification, Kognitif.

ABSTRACT

Andico Alhafiizh. 201510415164. *The influence of the Da'wah Instagram Account @syafiqrizabasalamah_official Impact on Cognitive Followersnya.*

This research aims to know and explain whether there is an "influence" of the Instagram account of Da'wah @ syafiqrizabalanah_official to cognitive Followersnya. In this study, the authors used the theory of Uses and Gratification and the media were cast.

In this research the author uses Quantitative Methods of the Positivistic Paradigm. The data collection techniques in this study used the dissemination of questionnaires to followers Instagram accounts @syafiqrizabasalamah_official. The study used samples of 100 respondents with a slovin formula of 10%. The author determines the sampling technique by using simple random sampling. Authors use a Likert scale with ordinal measurements as the respondent's opinion-level measuring instrument. This research uses the validity of a construct because the scale measured reflects the concept measured. In Varibel X (Instagram account) There are 20 valid statements, while in variable Y (cognitive Followers) There are 20 valid statements.

The author uses the Enter method in regression analysis Test (R) which is 0.862, with the statistical output coefficient of determination (R Square) of 0.742, hence the influence of Instagram account variables (X) against the cognitive variable Followers (Y) is 7.42%. The value F count 279.686 with the signification of probability $0.000 < 0.5$, the regression model that can be used is predicting the bound variable (Y). In column B constant (a) is 4.606, and the value of Instagram account (B) 0.882.

In this research T count is 16.724 with significance value $0.000 < 0.05$. The hypothesis test results in this study are the Instagram account (variable X) in the account @syafiqrizabasalamah_official strongly affect the cognitive followersnya (variable Y) with a value of 0.862 is at intervals 0.60 – 0.799.

Keywords: *Instagram account, Cast Media, Soial Media, Theory Uses and Gratification, Cognitive.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan kedua orang tua untuk ayah dan ibu saya karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan judul Pengaruh Akun *Instagram* Dakwah @syafiqrizabasalamah_official Terhadap Kognitif *Followers-nya* sebagai persembahan akhir dan prasyarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam proses menyelesaikan karya ilmiah ini tidak akan berhasil terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan setulus hati dan segala hormat penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M.
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Dr. Aan Widodo S.I.Kom, M.I.Kom.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Wa Ode Sitti Nurhaliza S.Sos, M.I.Kom.
4. Dosen Pembimbing Akademik Dr. Aan Widodo S.I.Kom, M.I.Kom yang banyak memberikan saran dan dukungannya kepada penulis.
5. Dosen Pembimbing I, Bapak Aryadillah, S.Sos,I. MM. M.I.Kom yang telah membimbing dan mendukung penulis selama melakukan penelitian.
6. Dosen Pembimbing II, Bapak Muhamad Lukman Arifianto, S.Sos., M.Si yang telah membimbing penulis selama melakukan penelitian.
7. Keluarga tercinta yang selalu mendukung dan menemani penulis hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian.
8. Kepada teman seperjuangan tribun senja yang telah membantu dan mensupport dalam penyusunan skripsi ini.
9. Dan kepada teman se angkatan yang sedang berjuang dalam menyusun karya ilmiah semoga dipermudah.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi siapapun yang membaca dan bagi pengembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi.

Jakarta, 14 Agustus 2020



Andico Alhafizh



DAFTAR ISI

	Halaman
<u>HALAMAN COVER</u>	i
<u>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</u>	ii
<u>LEMBAR PENGESAHAN</u>	iii
<u>LEMBAR PERNYATAAN</u>	iv
<u>ABSTRAK</u>	v
<u>ABSTRACT</u>	vi
<u>KATA PENGANTAR</u>	vii
<u>DAFTAR ISI</u>	ix
<u>DAFTAR TABEL</u>	xiii
<u>DAFTAR BAGAN</u>	xvi
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Identifikasi Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Kegunaan Penelitian	6
1.5.1. Kegunaan teoritis	6
1.5.2. Kegunaan praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Kerangka Konsep	10
2.2.1. Komunikasi	10

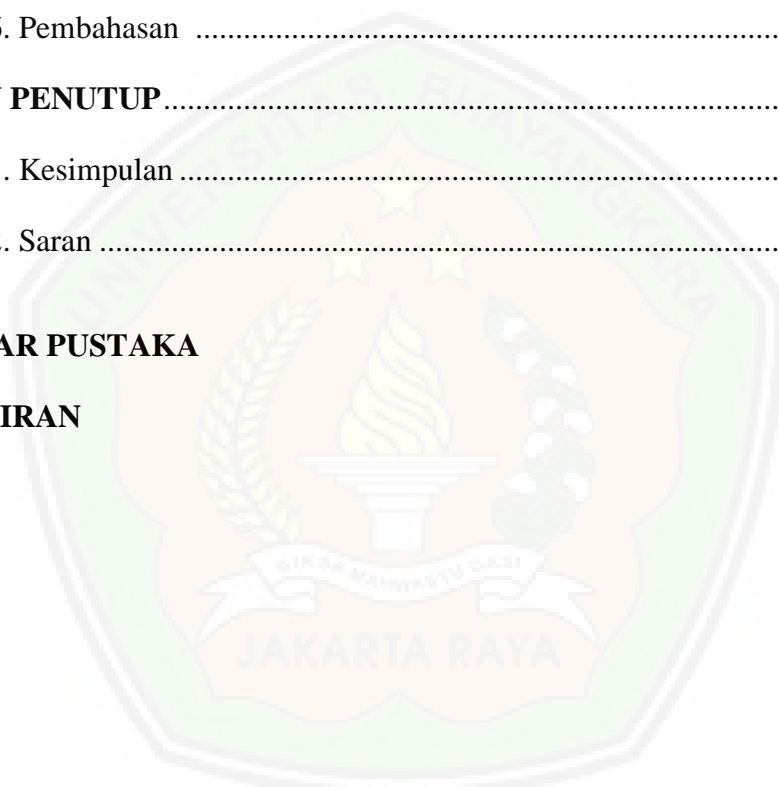
2.2.1.1 Unsur Komunikasi.....	11
2.2.2 Dakwah.....	11
2.2.2.1. Tujuan Dakwah	12
2.2.2.2. Unsur-unsur Dakwah	13
2.2.2.3. Metode Dakwah.....	14
2.2.3. Profil Ustadz Syafiq Riza Basalamah	14
2.2.4. Terpaan Media.....	15
2.2.5. Media Sosial	15
2.2.5.1. Karakteristik Media Sosial	17
2.2.6. <i>Instagram</i>	17
2.2.6.1. Fitur <i>Instagram</i>	18
2.2.7. Kognitif	19
2.2.7.1. Kawasan Taksonomi Bloom	19
2.3. Kerangka Teori.....	21
2.3.1. Teori <i>Uses and Gratification</i>	21
2.4. Kerangka Berpikir	22
2.5. Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Paradigma Penelitian	25
3.2. Metode Penelitian	25
3.3. Variabel Penelitian.....	26
3.3.1. Variabel (X) Akun <i>Instagram</i>	27
3.3.2. Dimensi Konseptual Akun <i>Instagram</i>	27
3.3.3. Dimensi Operasional Akun <i>Instagram</i>	27
3.3.4. Variabel (Y) Kognitif	28

3.3.5. Definisi Konseptual Kognitif	28
3.3.6. Definisi Operasional Kognitif	28
3.4. Populasi dan Sampel	29
3.4.1 Populasi	29
3.4.2 Sampel	30
3.5. Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.1 Kuesioner	31
3.6. Skala Pengukuran	31
3.7. Teknik Pengujian Instrumen	33
3.7.1. Validitas	33
3.7.2. Realibilitas	34
3.8. Teknik Analisis Data	35
3.8.1. Analisis Regresi Sederhana	35
3.8.2. Koefisien Determinasi	36
3.8.3. Perhitungan Presentase	37
3.9. Rancangan Pengujian Hipotesis	37
3.9.1. Uji Parsial (Uji t)	38
3.9.2. Uji Simultan (Uji f)	39
3.10. Hipotesis Parametrik	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Subjek Penelitian	40
4.1.1 Gambaran Umum Akun Instagram @syafiqrizabasalamah_official	40
4.1.2 Visi dan Misi Akun @syafiqrizabasalamah_official	40
4.1.2,1 Visi	40
4.1.2,2 Misi	40
4.2. Karakteristik Responden	41

4.3. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas.....	43
4.3.1 Uji Validitas	40
4.3.2 Uji Realibilitas	46
4.4. Uji Hipotesis	47
4.5 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian.....	52
4.5.1 Variabel Independen X (Akun Instagram)	52
4.5.2 Variabel Dependen Y (Kognitif Followers)	72
4.6. Pembahasan	92
BAB V PENUTUP	103
5.1. Kesimpulan	103
5.2. Saran	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
<u>Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu</u>	7
<u>Tabel 3.1. Operasional Variabel X</u>	26
<u>Tabel 3.2. Operasional Variabel Y</u>	28
<u>Tabel 3.3. Nilai Skala Likert</u>	32
<u>Tabel 3.4. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi</u>	33
<u>Tabel 3.5. Kriteria Reliabilitas Suatu Penelitian</u>	35
<u>Tabel 4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u>	41
<u>Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia</u>	41
<u>Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan</u>	42
<u>Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Followers</u>	43
<u>Tabel 4.5. Butir pernyataan <i>Pearson Correlation</i> Variabel X</u>	43
<u>Tabel 4.6. Butir pernyataan <i>Pearson Correlation</i> Variabel Y</u>	45
<u>Tabel 4.7. Realibilitas Penelitian</u>	46
<u>Tabel 4.8. Hasil Uji Realibilitas Penelitian</u>	46
<u>Tabel 4.9. Hasil Uji Korelasi</u>	47
<u>Tabel 4.10. Pengaruh Variabel X dan Variabel Y</u>	48
<u>Tabel 4.11. Variabel <i>Entered</i></u>	49
<u>Tabel 4.12. Koefisien Determinasi X terhadap Y</u>	49
<u>Tabel 4.13. ANOVA</u>	50
<u>Tabel 4.14. Koefisien Analisis Regresi Sederhana</u>	50
<u>Tabel 4.15. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 1</u>	52
<u>Tabel 4.16. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 2</u>	53
<u>Tabel 4.17. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 3</u>	54

<u>Tabel 4.18. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 4</u>	55
<u>Tabel 4.19. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 5</u>	56
<u>Tabel 4.20. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 6</u>	57
<u>Tabel 4.21. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 7</u>	58
<u>Tabel 4.22. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 8</u>	59
<u>Tabel 4.23. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 9</u>	60
<u>Tabel 4.24. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 10</u>	61
<u>Tabel 4.25. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 11</u>	62
<u>Tabel 4.26. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 12</u>	63
<u>Tabel 4.27. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 13</u>	64
<u>Tabel 4.28. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 14</u>	65
<u>Tabel 4.29. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 15</u>	66
<u>Tabel 4.30. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 16</u>	67
<u>Tabel 4.31. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 17</u>	68
<u>Tabel 4.32. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 18</u>	69
<u>Tabel 4.33. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 19</u>	70
<u>Tabel 4.34. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 20</u>	71
<u>Tabel 4.35. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 1</u>	72
<u>Tabel 4.36. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 2</u>	73
<u>Tabel 4.37. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 3</u>	74
<u>Tabel 4.38. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 4</u>	75
<u>Tabel 4.39. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 5</u>	76
<u>Tabel 4.40. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 6</u>	77
<u>Tabel 4.41. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 7</u>	78
<u>Tabel 4.42. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 8</u>	79

<u>Tabel 4.43. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 9</u>	80
<u>Tabel 4.44. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 10</u>	81
<u>Tabel 4.45. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 11</u>	82
<u>Tabel 4.46. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 12</u>	83
<u>Tabel 4.47. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 13</u>	84
<u>Tabel 4.48. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 14</u>	85
<u>Tabel 4.49. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 15</u>	86
<u>Tabel 4.50. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 16</u>	87
<u>Tabel 4.51. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 17</u>	88
<u>Tabel 4.52. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 18</u>	89
<u>Tabel 4.53. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 19</u>	90
<u>Tabel 4.54. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 20</u>	91



DAFTAR BAGAN

Halaman

<u>Bagan 2.1. Kerangka Berpikir.....</u>	22
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Kuesioner

Lampiran 3 : Tabel Matriks Penelitian

Lampiran 4 : Form Perbaikan

Lampiran 5 : Kartu Bimbingan

