

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Semakin majunya perkembangan teknologi sampai saat ini memberikan dampak terhadap berkembangnya teknologi komunikasi yang memudahkan masyarakat Indonesia untuk menerima arus informasi yang berperan penting dalam kehidupan manusia. Majunya teknologi komunikasi menghadirkan media agar masyarakat lebih mudah menyampaikan informasi tanpa terhalang tempat dan waktu yaitu dengan menggunakan media komunikasi seperti media elektronik, media cetak dan Internet (Rosana, 2010).

Internet hadir menyambut masyarakat Indonesia untuk menghubungkan media elektronik antara satu sama lain agar membangun interaksi dengan yang lain. Adanya internet membuat masyarakat menjadi lebih terbuka tentang keadaan sekitar, yang kemudian menjadikan Internet kebutuhan yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Maka tanpa tersadar teknologi sudah mengubah tatanan kehidupan sosial masyarakat termasuk dalam kehidupan beragama (Hatta, 2018). Dapat dipastikan dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia menurut The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC), lalu masyarakat Indonesia mayoritasnya adalah pemeluk agama Islam sekitar 86,5% juta jiwa, pastinya para masyarakat Indonesia menjadi pengguna internet paling aktif dalam mencari informasi mengenai keagamaan, kegiatan tersebut biasa disebut dengan ngaji secara virtual/online. Sedangkan Jumlah pencari informasi keagamaan di Internet di Amerika pada tahun 2000 sekitar 21% atau 20 juta jiwa menurut survei Pew Internet dan American Life Project serta terjadi kenaikan di tahun 2004 sekitar 82 juta jiwa atau 64% Menurut Hoover, Clark dan Rainie di dalam (Iqbal, 2016).

Namun untuk saat ini belum ada data yang menghitung secara spesifik tentang jumlah pencari informasi keagamaan di dunia maupun di Indonesia. Munculnya orang-orang yang mencari informasi keagamaan di internet tentunya tidak diragukan lagi, hal ini memperlihatkan adanya agama mempunyai kekuatan untuk menciptakan internet lewat spiritualitas pada media baru. Karena, Agama bisa menempatkan diri pada wilayah baru yang telah disajikan oleh internet dengan

mengambil media baru menjadi alat baru, sebagai kebijakan dalam bertahan serta meluaskan dirinya pada dunia modern

Hadirnya pengguna internet untuk memanfaatkan teknologi dalam mencari informasi keagamaan, kini kita dapat mengakses tentang keagamaan melalui media online seperti pembahasan teori keagamaan (fiqih dan tafsir) sampai ke praktek ibadah dan metode saat membaca Al-Qur'an sudah ada lengkap dengan gambar serta tutorial, nah hadirnya mengaji secara langsung di tempat majelis ta'lim atau kajian selama ini akan bergeser dan digantikan dengan para pencari informasi keagamaan di Internet yang dianggap modern (Malik, 2021). Dengan adanya fenomena *ini* menimbulkan pergeseran yang merubah komunitas agama dengan memanfaatkan teknologi sebagai media komunikasi, dapat kita lihat hanya ada beberapa majelis ta'lim para Muslimah yang masih aktif dan juga ada yang membubarkannya karena semakin dikit jama'ah yang hadir Hal ini karena komunitas agama mempunyai kemampuan untuk melahirkan ide dan bisa mendorong teknologi internet sebagai destinasi keagamaan masa kini seperti hadirnya dakwah di Internet diharapkan sebagai penyeimbang di tengah pergolakan tatanan sosial yang ada di dalam kehidupan bermasyarakat.

Aktivitas dalam beragama, seperti dakwah yang sangat melekat dengan religiusitas, tidak hanya terbentuk saat menjalankan ibadah saja, namun bisa dilakukan dengan kegiatan lain yang membantu mengoptimalkan iman seseorang. Perubahan sikap Religius tentunya sangat diperlukan untuk mengatasi masalah yang dapat menghancurkan sistem kemanusiaan, mengaplikasikan keagamaan adalah bentuk dari pemeliharaan secara kesatuan dan memerlukan stamina, ketabahan, keteladanan, ruang, waktu serta dana agar membuat penghubung di Negara sebagai pelaksanaan manusia yang bertakwa pada Allah SWT. Adanya perilaku religiusitas yang hadir untuk membantu manusia agar dekat dengan Allah dan untuk berusaha mematuhi ajaran-ajarannya dan menjauhi larangannya, dengan berusaha mengikuti akun-akun keagamaan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan agama Islam.

Ketika mencoba mengakses internet dan memperoleh informasi dari konten atau akun-akun keagamaan maka dapat disebut dengan kegiatan komunikasi. Komunikasi akan berjalan jika adanya perhatian dari komunikannya, hal tersebut membuat efek dan timbullah pengaruh apabila si komunikannya memperhatikan komunikasi tersebut. Selaras dengan yang dikatakan Donald K. Robert pada Ardianto, et al (2014) sebuah efek hanyalah perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Efek tersebut bisa berupa efek kognitif (pengetahuan), afektif (emosional dan perasaan), behavioral (perubahan pada perilaku). Jadi dalam kegiatan berkomunikasi tentunya akan memberikan efek atau pengaruh pada penerima pesan. Hasil dari kegiatan tersebut tentunya akan berpengaruh juga terhadap sikap kereligiusan Muslimah tersebut. Sikap religius merupakan sikap yang dilakukan para pemeluk agama dalam menjalankan aturan-aturan sebagai bentuk kepatuhannya terhadap Tuhan Nya dan menjauhi segala larangan-larangannya yang melekat dalam dirinya serta melahirkan perilaku-perilaku yang terpuji dalam bermasyarakat.

Informasi keagamaan tersebut dapat kita temukan di media sosial, oleh karena itu banyak sekali orang yang menggunakan media sosial karena memiliki banyak manfaat terutama dapat menghemat waktu, memperbanyak koneksi pertemanan, memudahkan berbisnis dan menambah wawasan. Media sosial memiliki beberapa aplikasi yang terkenal dan banyak dipakai masyarakat Indonesia yaitu WhatsApp, Youtube, Facebook, Twitter serta Instagram.

Berdasarkan Informasi dari DataIndonesia.id (Mahdi, 2022) bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia sejumlah 191 juta orang pada Januari 2022. Dengan demikian WhatsApp merupakan Aplikasi Media Sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 88,7%, sedangkan urutan kedua Media Sosial Instagram dengan persentase 84,8%, sedangkan Facebook berada di posisi ketiga dengan persentase sejumlah 81,3%, sedangkan urutan keempat yang paling banyak digunakan adalah Aplikasi Tiktok 63,1 dan Telegram dengan persentase sebesar 62,8%.

Dapat kita ketahui bahwa Instagram adalah salah satu media sosial yang paling sering digunakan kedua pada masyarakat di Indonesia, banyaknya

pengguna yang menggunakan Instagram karena gratis, juga banyaknya pengguna lain yang menggunakan dan membuat konten menjadikan dunia Instagram ramai, fitur yang ada di Instagram juga mudah digunakan, lalu Instagram dapat dihubungkan dengan media sosial lain, mudah untuk melakukan promosi dan banyak fitur-fitur yang memanjakan para penggunaannya. Instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk saling berbagi video dan foto di akun masing-masing untuk disebarluaskan kepada pengguna lainnya. Sebelumnya kita juga harus mengikuti akun-akun pengguna lain terlebih dahulu agar komunikasi yang dilakukan antar pengguna Instagram dapat berjalan dengan baik seperti memberikan tanda love/suka pada postingan dan dapat berkomentar dari berbagai postingan yang telah diupload para pengguna lain.

Seiring berkembangnya teknologi kini mencari informasi keagamaan menjadi lebih mudah dan sangat praktis dengan media sosial Instagram yang sudah dilengkapi dengan gambar dan video, semua ini bisa dilakukan dengan menjelajahi pengguna yang menampilkan konten informasi keagamaan, hal ini dikarenakan banyaknya para pengajar atau pendakwah yang membuat konten-konten tentang ilmu agama dalam bentuk komunitas online dengan tujuan ingin berbagi ilmu yang dimilikinya dengan jangkauan dakwah yang lebih luas, seperti banyaknya akun-akun keagamaan yang membuat konten untuk menyebarkan dakwah seperti komunitas YukNgaji, Terang Jakarta, Pemuda Hijrah”Shift”, Rumaysho.com, Berani Hijrah hingga komunitas Muslimah yaitu Hijaberss Community yang mengajak pengikutnya untuk menggunakan hijab dan membantu menyirami rohani para pengikutnya lewat Instagram seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.1. Tampilan Postingan Akun Instagram @hijaberscommunityofficial  
 Dalam Mengajak Followersnya Menggunakan Jilbab

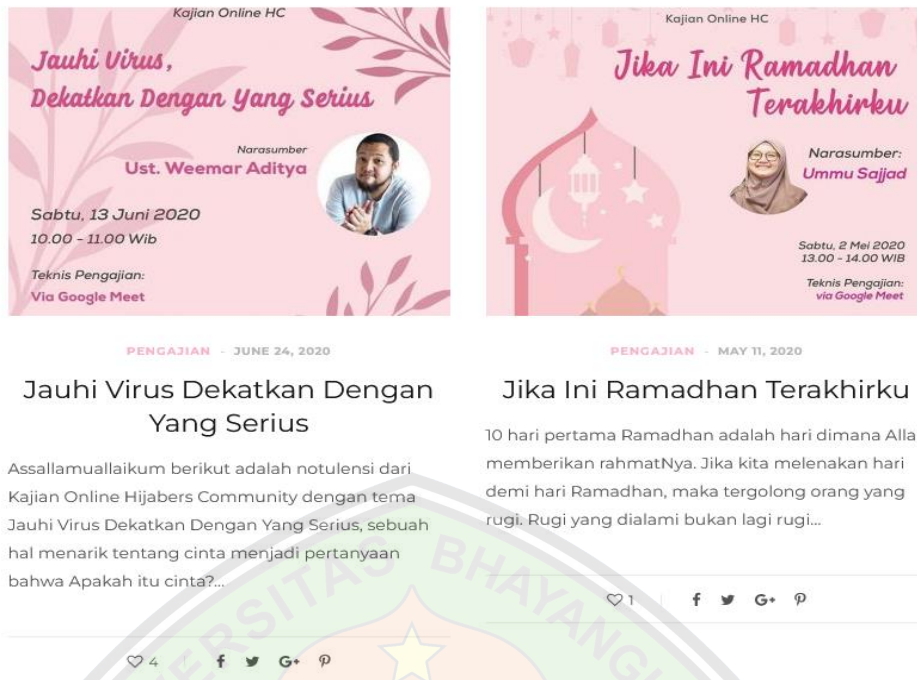
Sumber : Instagram @hijaberscommunity

Hadirnya trend hijab yang sampai saat masih banyak disebarluaskan oleh para konten kreator tentang kepentingan hijab dan tutorial penggunaannya. Dapat kita ketahui bahwasanya Islam telah memerintahkan wanita Muslimah untuk mengenakan jilbab untuk menutupi aurat, sedangkan aurat wanita dalam Islam adalah seluruh tubuhnya kecuali wajah dan telapak hingga punggung tangan, maka dianjurkan untuk menggunakan pakaian yang tidak memperlihatkan bentuk lekuk tubuh (tidak ketat) serta tidak tembus pandang yang sesuai dengan yang dianjurkan Allah SWT di dalam Al-Qur'an "*Hai Nabi, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak wanitamu dan istri-istri orang mukmin hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang*" (QS. Al- Ahzab : 59).

Hal tersebut juga dipertegas oleh sabda Rasulullah SAW "Wahai Asma', jika seorang wanita telah menjalani haid (baligh), maka tidak boleh terlihat kecuali ini dan ini. Beliau mengisyaratkan (menunjuk) wajah dan kedua telapak tangannya" (HR. Abu Daud). Dalam bahasa Arab, Jilbab adalah bentuk jamak dari *jalaabiib* yang memiliki arti pakaian yang luas atau pakaian yang bisa untuk menutupi aurat-aurat wanita muslimah, jadi yang terlihat hanya

muka dan telapak tangannya saja (Guindi, 2006). Sedangkan di dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) jilbab diartikan dengan kerudung lebar yang digunakan para Muslimah agar menutupi bagian kepala, leher sampai dada (Al-Asymawi, 2003).

Hadir nya penggunaan kerudung memberikan pengalaman dari beberapa Muslimah di Hijabers Community yang sejak lahir memiliki keturunan agama Islam, mereka disuruh menggunakan hijab atau kerudung semasa sekolah nya karena peraturan sekolah dan suruhan orang tuanya, sehingga mereka menggunakan kerudung tetapi belum memahami ilmu agama mengenai hijab dan menurut orang-orang dulu menggunakan hijab itu identik dengan orang tua. Adanya keresahan tersebut membuat para fashion designer seperti Dian Pelangi, Jenahara, Lulu Elhasbu serta 30 orang lainnya mendirikan *Hijabers Community* pada tahun 2010. Hadirnya *Hijabers Community* untuk mengajak kaum Muslimah menggunakan Hijab yang keren dan kece sembari menambah ilmu keagamaan dan saling sharing sebagai wadah Muslimah untuk saling berorganisasi, kebetulan juga di tahun itu sedang *booming style* berhijab (Wawancara Putri Dwiandari Ketua *Hijabers Community*). Munculnya tren hijab membuat masyarakat untuk berlomba lomba menggunakan hijab yang *fashionable* tanpa mengetahui syarat dan tata cara menggunakan hijab yang dianjurkan Islam.



Gambar 1.2 Tampilan Website hijaberscommunity.id  
 Sumber : [www.hjaberscommunity.id](http://www.hjaberscommunity.id)

Saat ini Hijabers Community telah memiliki Fanspage di Facebook dengan pengikut 96.000, lalu mempunyai account Instagram @hjaberscommunityofficialofficial dengan 114.000 pengikut yang akunnya sudah memiliki centang biru (*verified*) sebagai bentuk verifikasi secara resmi dari Instagram untuk memberikan sebuah penjelasan bahwa akun Instagram tersebut asli, selain itu Hijabers Community juga mempunyai channel Youtube Hijabers Community Official dengan 268 subscriber, selain itu juga memiliki web yaitu hijaberscommunity.id yang berisi informasi seputar Hijabers Community, mereka juga memiliki *account* shopee hijaberscommunity untuk menjual kartu member, kerudung serta gamis untuk para member baru agar memiliki kerudung yang seragam dengan anggota lain, komunitas ini berisikan para Muslimah muda yang berselancar di dunia kewanitaan yang fokus dalam bidang agama dan Informasi yang diperlukan Muslimah.

Hadirnya Akun Instagram tersebut tentunya diharapkan bermanfaat bagi masyarakat diberbagai daerah yang telah menyaksikan konten-konten dari akun tersebut seperti bertambahnya ilmu, berubah akhlak atau perilakunya hingga merubah pemikiran, psikologis dan karakteristik mereka lewat media digital.

Walaupun hal itu tidak mudah terjadi begitu saja, banyak proses yang dilalui sehingga, mengakibatkan perubahan perilaku orang tersebut yang harus dibantu dengan faktor personal, faktor lingkungan dan ditransfer ke faktor perilaku. Misalnya, seperti pengalaman Putri President Hijabers Community yang sebelumnya belum istiqomah dalam berhijab, ia tidak akan mencari informasi-informasi tentang dunia hijab, tetapi setelah ia memutuskan untuk menggunakan hijab secara terus menerus ketika ia baru mencari tahu tentang tutorial hijab di blog pada zaman itu dan memiliki rasa ingin tahu tentang dunia hijab serta keagamaan melalui komunitas Hijabers Community. Jadi dapat disimpulkan orang akan mencari tahu apa yang ia butuhkan, karena adanya rangsangan atau motivasi yang diberikan pada individu dan hal itu dapat diterima atau ditolak oleh individu tersebut.

Penelitian terkait pengaruh Instagram terhadap sikap keagamaan sebelumnya pernah dilakukan, penelitian (Murti, 2020) bahwa “metode dakwah melalui Instagram memiliki peluang yang besar dalam membantu menyampaikan pesan dakwah, efek kognitif, afektif dan behavioral mampu mempengaruhi perilaku beragama remaja *followers* akun Instagram @beranihijarah, dengan nilai R Square sebesar 0,467 (46, 7%) artinya efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral berpengaruh terhadap perilaku beragama remaja” sedangkan penelitian (Romadhon, 2019) “Peneliti menyimpulkan bahwa perilaku dapat terpengaruh oleh banyak unsur salah satunya media sosial. Hasil penelitian ini menjelaskan hipotesis kerja diterima dan hipotesis nihil ditolak karena ada pengaruh antara Akun Dakwah Shift di Instagram terhadap Perilaku Religius mahasiswa Ilmu Komunikasi tahun angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Adanya korelasi yang sangat kuat antara Akun Dakwah Shift di Instagram terhadap Perilaku Religius mahasiswa Ilmu Komunikasi tahun angkata 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sebesar 85,5%” Penelitian di atas menunjukkan adanya pengaruh Instagram terhadap sikap keagamaan. Kebaharuan penelitian ini tentunya memiliki subjek yang yang berbeda, teori yang digunakan berbeda serta alat ukur yang digunakan berbeda.

Pernyataan permasalahan tersebut menarik untuk diteliti karena hasil wujud dari sebuah pembelajaran adalah yaitu berubahnya pola pikir, perubahan secara psikologis maupun perubahan karakter yang dialami para anggota. Tentunya dengan hadirnya Akun keagamaan tersebut memudahkan para Muslimah untuk mengakses juga mempelajari apapun tentang keagamaan dengan para ustadz/ustadzah yang sudah berkompeten dan ahli dibidangnya, selain itu dengan munculnya akun tersebut memberikan wadah para Muslimah untuk belajar secara bersama-sama mendalami ilmu agama dan saling belajar satu sama lain.

Alasan peneliti mengambil subjek *Hijabers Community* karena komunitas tersebut mampu bersaing di era modern untuk membangkitkan semangat para generasi muda untuk gabung ke komunitas tersebut *Hijabers Community* juga memberikan metode-metode pengajaran dakwah dengan cara yang relevan untuk Muslimah saat ini dengan membahas tema-tema menarik seperti sedang trending, para ustadz-ustadz juga tidak mau kalah juga ia selalu ikut mengikuti apapun yang *trending* dan membawanya ke sudut pandang mereka juga sudut pandang secara islam, dengan pembawaan komunikasi dakwah yang mudah untuk dicerna oleh khalayak di berbagai kalangan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas masalah untuk memecahkan suatu masalah digunakan cara atau metode tertentu yang sesuai dengan pokok masalah yang akan dibahas. Metode tersebut dipilih agar penelitian dapat menghasilkan data-data yang dapat dipercaya kebenarannya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif dengan metode eksplanatif asosiatif dengan memanfaatkan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Peneliti memilih responden dalam penelitian ini adalah para pengikut Akun @hijaberscommunit khususnya Muslimah dengan perhitungan yaitu 100 sampel, dengan variabel x (Akun Instagram hijaberscommunity) dan variabel y (Perilaku Religius).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang didapatkan dari mengakses akun @hijaberscommunityofficial. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM**

## **@hijaberscommunityofficial TERHADAP PERILAKU RELIGIUS MUSLIMAH”.**

### **1.2 Identifikasi Masalah :**

1. Dari 114.00 Pengikut hanya sekitar 50-100 orang saja yang mengikuti program kajian Hijabers Community
2. Dari 114.000 Pengikut Instagram @hijaberscommunityofficial hanya ada ratusan puluhan like dan komentar disetiap postingan
3. Adanya keterpaksaan dalam menggunakan hijab tanpa mengetahui ilmunya
4. Munculnya tren hijab membuat masyarakat untuk berlomba lomba menggunakan hijab yang fashionable tanpa mengetahui syarat dan tata cara menggunakan hijab yang dianjurkan Islam.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian :**

Seberapa besar pengaruh antara Penggunaan Akun Instagram @hijaberscommunityofficial Terhadap Perilaku Religius pada *Followers* Hijabers Community ?

### **1.4 Tujuan Penelitian :**

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara Penggunaan Akun Instagram @hijaberscommunityofficial terhadap Perilaku Religius Pada *Followers* Hijabers Community.

### **1.5 Kegunaan Penelitian :**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktisi. Lebih jelasnya berikut di bawah ini penjelasannya.

#### **1.5.1 Kegunaan Praktis :**

##### **a. Bagi Masyarakat**

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengguna media sosial Instagram agar dengan bijak untuk mencari informasi sebagai bentuk proses memperbaiki diri juga semoga penelitian ini memberikan kontribusi kepada para

pengikut media sosial lebih khususnya pengikut akun Instagram @hijaberscommunityofficial

b. Bagi Pemerintah.

Sebagai bahan masukan dan gambaran bagi pemerintah dalam menentukan kebijakan serta menentukan arah dan strategi untuk komunitas-komunitas yang berdiri di berbagai media sosial.

**1.5.2 Kegunaan Teoritis :**

Untuk manfaat dalam kategori teoritis diharapkan dapat menambah wawasan dalam kajian komunikasi sebagai konteks penyampaian informasi terhadap perbaikan diri yang nantinya dapat disempurnakan melalui pembaharuan dari berbagai pihak.

