

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya waktu, terciptalah suatu teknologi yang semakin hari semakin canggih. Kecanggihan tersebut akibat dari adanya pembaharuan teknologi yang dapat memenuhi kebutuhan dari remaja masa kini dan tantangan zaman. Hal itu, menuntut para remaja untuk tampil menjadi sosok yang canggih dalam meng-*update* teknologi. Salah satu teknologi yang tidak bisa lepas dari genggam tangan dan dijadikan sebagai gaya hidup dari masyarakat yaitu *handphone*. Akan tetapi, seiring dengan perkembangan *handphone* maka terciptalah suatu teknologi baru yakni *smartphone*. Oleh karena itu, pada abad 21 ini muncullah suatu istilah yang sedang fenomenal dikalangan masyarakat yaitu “generasi milenial“. Generasi milenial adalah suatu keadaan dimana perkembangan dan pertumbuhan dalam kehidupannya dipengaruhi oleh keadaan lingkungan sehingga terjadi suatu perubahan yang sangat cepat.¹

Para generasi milenial sangatlah peka dan dekat dengan teknologi. Terlebih lagi generasi ini banyak menghabiskan waktunya untuk menggali dan meng-*update* informasi yang sedang *booming* dikalangan masyarakat. Selain itu, generasi tersebut juga dekat dengan media sosial dan hampir semua generasi tersebut memiliki akun media sosial. Menurut hasil survei

¹ Adita Febriyanti et.al., *Arus Metamorfosa Milenial* (Kendal : Ernest, 2018), 1.

dari *We Are Social* yang bekerjasama dengan Hootsuite, menyebutkan bahwa ada 130 juta penduduk Indonesia yang terbilang aktif dalam menggunakan media sosial.² Dari hasil survei tersebut dapat dilihat, bahwasanya kemunculan media sosial itu sangat penting apalagi untuk kalangan generasi milenial sekarang ini.

Media sosial adalah media online yang mendukung adanya hubungan yang intens antar individu menggunakan teknologi berbasis web yang membuat perubahan komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif.³ Selain itu, sekarang ini banyak media sosial yang diciptakan sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat. Media sosial tidak hanya sekedar untuk media hiburan saja, akan tetapi media sosial juga bisa digunakan untuk bisnis, mencari informasi, bersosial, ataupun yang lain. Hal ini sesuai dengan pendapatnya Hasanuddin Ali dan Lilik dalam jurnalnya Iffah Al Walidah, menyebutkan bahwa :

Masyarakat *Urban Middle-Class Millennial* memiliki tiga karakter utama, yaitu 3C; *connected, creative, dan confidence*. Pertama, *connected*. Generasi *millennial* adalah pribadi yang pandai bersosialisasi, terutama dalam komunitas yang mereka ikuti serta berkelana di media sosial. Kedua, *creative*. Mereka adalah orang yang biasa berpikir *out of the box*, kaya akan ide dan gagasan serta mampu mengomunikasikannya secara cemerlang yang dibuktikan dengan tumbuhnya industri yang dimotori oleh anak muda. Ketiga, *confidence*. Mereka merupakan orang yang percaya diri, berani mengungkapkan

² Nur Chandra Laksana, “ Ini Jumlah Total Media Sosial Di Indonesia “, *Okezone.com*, www.techno.okezone.com, 13 Maret 2018, diakses tanggal 19 Oktober 2018. Lihat juga : Simon Kemp, “ Digital In 2018 : World’s Internet Pass The 4 Billion Mark “, *We are social*, www.digitalreport.wearesocial.com, 30 Januari 2018, diakses tanggal 19 Oktober 2018.

³ Poppy Panjaitan dan Arik Prasetya, “ Pengaruh Social Media Terhadap Produktivitas Kerja Generasi *Millennial* “, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.48, No. 1, (Juli, 2017), 174.

pendapat, serta tidak sungkan berdebat di depan publik, seperti yang terjadi di media sosial.⁴

Selanjutnya dari kemunculan media sosial ditengah era milenial ini, dapat berimbas dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat, salah satunya pada bidang dakwah. Dakwah merupakan suatu kegiatan ceramah dengan sejumlah orang maupun kelompok untuk menyampaikan syi'ar ajaran Islam. Sedangkan menurut A. Hasjmy, dakwah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariah Islam yang terlebih dahulu diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.⁵ Penjelasan berkaitan tentang dakwah juga dipaparkan dalam Al-Qur'an sebagai berikut :

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ

وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾⁶

Artinya : “ Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung. “ (QS. Ali Imran (3) : 104).⁷

Dalam ayat diatas menjelaskan bahwa adanya segolongan orang yang bertugas untuk perintah melaksanakan dakwah dengan melakukan amar ma'ruf dan menjauhi kemungkaran. Hal yang sedemikian inilah yang

⁴ Iffah Al Walidah, ” Tabayyun Di Era Generasi Millennial “, *Jurnal Living Hadis*, Vol 2 No 1, (Oktober, 2017), 321.

⁵ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta : Amzah, 2008), 6.

⁶ QS. Ali Imran (3) : 104.

⁷ Departemen Agama Islam, *Al-Qur'an Dan terjemahnya* (Jakarta : Al-Qur'an Raja Fahad, 1971), 93.

diwajibkan atas setiap umat Islam.⁸ Selanjutnya, seiring bergulirnya waktu kegiatan dakwah telah terjadi banyak perubahan baik dalam hal strategi, metode, maupun media yang digunakan. Hal ini sesuai dengan pernyataan John Naisbitt dalam bukunya Samsul Munir Amin, menyatakan bahwa “ *We are moving toward the capability to communicate anything to anyone, anywhere, anyform-voice, data, text or image at the speed of light.*”⁹ Jadi dalam menyampaikan dakwah tidak hanya berada di panggung ataupun di mimbar. Namun seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih, maka dakwah juga bisa disampaikan melalui media sosial.

Dengan kemunculan dari adanya media sosial seperti *instagram*, *twitter*, *facebook*, *youtube* maupun aplikasi yang lain dapat memudahkan untuk mengakses segala sesuatu yang dibutuhkan, khususnya dalam bidang dakwah. Penyajian dakwah sekarang ini lebih mengandalkan media sosial. Hal ini dibuktikan dengan adanya akun dakwah yang banyak *follow* oleh para remaja terutama usia mahasiswa pada program studi PAI di IAIN Kediri untuk melihat maupun mengikuti kajian dakwah, seperti halnya Berani Berhijrah, Teladan Rasul, Padhangmbulan, CakNun, Ala NU, dan lain sebagainya. Pada mahasiswa program studi PAI di IAIN Kediri yang notabennya menuntut ilmu di kampus yang berbasis Islami tidak menutup kemungkinan bahwa mereka memiliki keinginan untuk belajar agama di luar jam kuliah. Hal ini dibuktikan dengan adanya cara

⁸ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah* (Ciputat: Lentera Hati, 2000), 162-164.

⁹ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran.*, 170.

belajar agama mereka yang berbeda-beda, ada yang sebagian dari mereka lebih tertarik untuk mengikuti dakwah secara langsung dengan selalu menghadiri majlis yang mereka sukai meskipun tempatnya sangat jauh, tetapi mereka bisa hadir untuk mengikuti dakwahnya. Selain itu, sebagian yang lain dari mereka lebih tertarik untuk mengikuti dakwah di media sosial karena lebih menarik tampilannya. Meskipun berbeda cara belajar agamanya, tetapi mereka tetap bisa menuntut ilmu agama sesuai cara belajar mereka.

Selanjutnya, dalam bukunya Muhammad Al-Mighwar menjelaskan bahwa para mahasiswa termasuk pada golongan remaja akhir yang rentang usianya untuk pria antara 18-22 tahun dan wanita antara 17-21 tahun. Untuk usia mahasiswa sudah mulai stabil dalam berbagai hal, salah satunya adalah emosi. Selain itu, mereka juga sudah stabil dalam menentukan apa yang mereka senangi (minat).¹⁰ Dalam jurnalnya M. Yusuf Ahmad, et.al. menjelaskan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.¹¹ Pada diri seorang remaja terdapat banyak minat, salah satunya minat untuk belajar agama. Belajar agama khususnya untuk para remaja dianggap sangat dibutuhkan. Hal ini sesuai yang dijelaskan oleh Muhammad Al-Mighwar bahwa remaja menaruh minat pada agama dan agama dianggap memiliki peranan yang penting dalam kehidupannya.

¹⁰ Muhammad Al-Mighwar, *Psikologi Remaja* (Bandung : Pustaka Setia, 2006), 71-74.

¹¹ M. Yusuf Ahmad, et.al., “ Hubungan Metode Tanya Jawab Dengan Minat Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam “, *Jurnal Al-Thariqah*, Vol. 2, No. 1, ISSN 2527-9610, (Juni, 2017), 90.

Karena dapat dilihat dari adanya keikutsertaan mereka untuk mengikuti pelajaran agama di Sekolah dan berbagai kegiatan keagamaan lainnya.¹² Dari keikutsertaan dalam kegiatan keagamaan maka akan nampak intensitas mereka dalam mengikuti kegiatan keagamaan, seperti halnya dakwah melalui media sosial. Intensitas diartikan seberapa seringnya seseorang tersebut mengerjakan sesuatu sehingga mendapatkan hasil yang optimal.¹³

Sehingga untuk mengetahui seberapa besar intensitas dalam mengikuti dakwah di media sosial, maka akan berhubungan pada minat belajar agama dari mahasiswa tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Slameto menyebutkan bahwa “ minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minatnya.”¹⁴ Selain itu, para *creator* akun media sosial terus berusaha untuk menyampaikan dakwahnya melalui media sosial dengan semenarik mungkin. Agar nantinya para mahasiswa tersebut tetap bisa mempelajari ilmu agama melalui media apapun khususnya media sosial. Meskipun penyampaian dakwah saat ini melalui media sosial, tetapi para mahasiswa harus ingat bahwasanya mereka juga harus bisa menyaring informasi dakwah yang baik untuk dirinya maupun lingkungannya. Agar nantinya dakwah tersebut tetap bisa bermanfaat untuk dirinya di dunia maupun di akhirat. Terlebih lagi agama

¹² Muhammad Al-Mighwar, *Psikologi Remaja.*, 107.

¹³ Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka, 1997),383.

¹⁴ Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (Jakarta : Rineka Cipta, 2003), 180.

juga dapat menjadi benteng dalam berkehidupan umat manusia. Jadi jika seorang remaja ingin melakukan suatu kesalahan yang menyimpang dari agamanya, maka seorang remaja tersebut senantiasa mengingat norma yang sudah dijelaskan dalam agamanya.

Jadi, didalam beberapa majlis taklim saat ini seperti majlis IKADI (Ikatan Da'i Indonesia), Jamassan (Jama'ah Masjid dan Santri), Rutinan Ahad Pon, dll dapat dikatakan para jama'ahnya terutama mahasiswa sangat minim sekali. Karena akhir-akhir ini melihat dari kondisi mahasiswa yang sangat disibukkan dengan *smartphone*, hal-hal yang bersifat instan, informasi yang bersifat *trending topic* masa kini, dan media sosialnya. Maka saat ini telah banyak bermunculan akun media sosial yang memiliki banyak *posting-an* tentang dakwah. Sehingga dapat menarik minat para mahasiswa, karena isi dari *posting-an* dakwah tersebut sesuai dengan kondisi dan permasalahan dari remaja saat ini.

Atas dasar inilah, untuk mengetahui seberapa besar hubungan intensitas mengikuti dakwah media sosial dengan minat belajar agama, maka peneliti merasa perlu mengangkat judul “ **Hubungan Intensitas Dalam Mengikuti Dakwah Melalui Media Sosial Dengan Minat Belajar Agama Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) Di IAIN Kediri** “.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana intensitas mahasiswa dalam mengikuti dakwah melalui media sosial pada Program Studi PAI di IAIN Kediri ?
2. Bagaimana minat belajar agama pada mahasiswa Program Studi PAI di IAIN Kediri ?
3. Adakah hubungan antara intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial dengan minat belajar agama pada mahasiswa Program Studi PAI di IAIN Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui intensitas mahasiswa dalam mengikuti dakwah melalui media sosial pada Program Studi PAI di IAIN Kediri.
2. Untuk mengetahui minat belajar agama pada mahasiswa Program Studi PAI di IAIN Kediri.
3. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial dengan minat belajar agama pada mahasiswa Program Studi PAI di IAIN Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis
Untuk menambah pengetahuan pada bidang keagamaan khususnya dalam bidang berdakwah.

2. Kegunaan secara praktis

a. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat menjadi masukan dalam mengikuti dakwah melalui media sosial.

b. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan kemampuan dalam penelitian ilmiah.

c. Bagi Publik

Untuk menambah wawasan keilmuan dalam bidang dakwah.

d. Bagi IAIN Kediri

Dapat memberi masukan dalam mengembangkan ilmu di bidang syi'ar agama / dakwah media sosial.

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka disusun penelitian sebagai berikut :

1. H_a : Adanya hubungan intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial (X) terhadap minat belajar agama (Y) pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) di IAIN Kediri .
2. H_o : Tidak adanya hubungan intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial (X) dengan minat belajar agama (Y) pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) di IAIN Kediri .

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah Hubungan intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial dengan minat belajar agama pada mahasiswa program studi PAI di IAIN Kediri. Sedangkan untuk menghindari agar persoalan yang diteliti tidak meluas dan agar fokus penelitian menjadi lebih jelas, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada masalah hubungan intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial dengan minat belajar agama. Selanjutnya mahasiswa yang diteliti dibatasi yaitu mahasiswa program studi PAI angkatan 2015-2018.

G. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka peneliti memaparkan penegasan istilah yang terkait dengan penelitian, sebagai berikut :

1. Intensitas Dalam Mengikuti Dakwah

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, intensitas berarti keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Sedangkan intens artinya hebat atau sangat kuat, tinggi, bergelora, penuh semangat, berapi-api, berkobar-kobar, dan sangat emosional.¹⁵

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, dalam memiliki arti jauh ke bawah, paham benar-benar, sampai ke lubuk hati, mengandung

¹⁵ Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 383.

makna (maksud), mengandung arti (maksud tertentu), bagian yang di dalam, lingkungan daerah, jeluk, batin, tidak tampak dari luar.¹⁶

Mengikuti menurut kamus besar Bahasa Indonesia, artinya menyertakan, membiarkan ikut, memasukkan supaya ikut.¹⁷

Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.¹⁸

Intensitas dalam mengikuti dakwah maksudnya adalah seberapa seringnya seorang remaja telah melihat maupun mengikuti suatu kajian tentang keagamaan dengan maksud untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya untuk kebahagiaan dunia dan akhiratnya. Selain itu, terdapat indikator dari intensitas mengikuti dakwah antara lain : frekuensi mengikuti dakwah media sosial, kesungguhan mengikuti dakwah media sosial, durasi mengikuti dakwah media sosial, dan motivasi dalam mengikuti dakwah media sosial.

2. Melalui media sosial

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, melalui artinya menempuh, melewati, melampaui, melangkahi.¹⁹

Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan yang dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan kemauan untuk belajar.²⁰

¹⁶ Ibid., 205.

¹⁷ Ibid., 370.

¹⁸ M. Toha Yahya Omar, *Islam dan Dakwah* (Jakarta : AMP Press, 2016), 67.

¹⁹ Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar.*, 556.

Sosial adalah suatu yang dihubungkan atau dikaitkan dengan teman, pertemanan, atau masyarakat.²¹

Melalui media sosial artinya suatu hal yang digunakan untuk menghubungkan pertemanan dengan tujuan menyalurkan suatu pesan.

3. Minat Belajar Agama

Minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang.²²

Belajar adalah suatu proses perubahan didalam kepribadian manusia, dan perubahan tersebut ditampakkan dalam bentuk peningkatan kualitas dan kuantitas tingkah laku seperti peningkatan kecakapan, pengetahuan, sikap, kebiasaan, pemahaman, ketrampilan, daya pikir, dan lain-lainnya.²³

Agama berasal dari kata *Din*, yang diartikan sebagai sekumpulan keyakinan, hukum dan norma yang akan mengantarkan manusia kepada kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.²⁴

Minat belajar agama adalah suatu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu perubahan tingkah laku yang sesuai dengan keyakinan yang dianutnya untuk mengantarkan kebahagiaannya dunia dan akhirat. Selain itu, terdapat indikator dari minat belajar agama, antara lain : perasaan senang, perhatian dalam belajar agama, materi

²⁰ Rudi Susilana dan Cepi Riyana, *Media Pembelajaran* (Bandung : Wacana Prima, 2009), 6.

²¹ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Perdesaan* (Jakarta : Kencana, 2016), 91.

²² Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta : Kencana, 2011), 63.

²³ Thursan Hakim, *Belajar Secara Efektif* (Jakarta : Puspa Swara, 2008), 1.

²⁴ Wahyuddin. dkk, *Pendidikan Agama Islam* (Semarang : Grasindo, 2009), 12.

dakwah dan sikap da'i yang menarik, manfaat dan fungsi belajar agama.

H. Telaah Pustaka

Penelitian tentang intensitas dengan minat belajar sudah banyak dilakukan. Telaah pustaka ini bertujuan agar dapat diketahui bahwa apa yang akan penulis teliti sekarang tidak sama dengan penelitian dari skripsi-skripsi terdahulu. Pada penelitian ini lebih difokuskan pada “ hubungan intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial dengan minat belajar agama pada mahasiswa program studi PAI di IAIN Kediri “. Jadi judul skripsi yang menjadi telaah pustaka untuk peneliti meliputi :

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	
				Terdahulu	Sekarang
1	Uswatun Khasanah	Hubungan intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi (Desainer Muslim) dengan minat <i>fashion</i> mahasiswa S1 teknik busana UNY angkatan 2014	<p>- penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif</p> <p>- penelitian ini sama-sama bertujuan untuk menguji variabel X (intensitas) dengan variabel Y (minat)</p> <p>- penelitian ini sama-sama menggunakan angket sebagai sumber data primernya</p> <p>- Penelitian ini menggunakan analisis data korelasi <i>product moment</i></p>	<p>- Penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara variabel X (intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi) dengan variabel Y (minat <i>fashion</i> mahasiswa)</p> <p>- Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif</p>	<p>- Penelitian ini untuk mengetahui hubungan variabel X (intensitas dalam mengikuti dakwah di media sosial) dengan variabel Y(minat belajar agama)</p> <p>- Penelitian ini menggunakan pendekatan korelatif</p>

2	Ibnu Adam Khanafi	Pengaruh intensitas menonton tayangan <i>my trip my adventure</i> terhadap minat <i>traveling</i> mahasiswa (Studi eksplanatoris pengaruh intensitas menonton tayangan <i>my trip my adventure</i> terhadap minat <i>traveling</i> pada mahasiswa S1 FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta angkatan 2015)	- penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif - penelitian ini sama-sama menggunakan angket sebagai sumber data primernya	- Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel X (intensitas menonton <i>my trip my adventure</i>) terhadap variabel Y (minat <i>traveling</i> mahasiswa) - Penelitian ini menggunakan pendekatan eksplanatoris - penelitian menggunakan analisis data regresi linier sederhana dan regresi moderasi	- Penelitian ini untuk mengetahui hubungan variabel X (intensitas dalam mengikuti dakwah di media sosial) dengan variabel Y(minat belajar agama) - Penelitian ini menggunakan pendekatan korelatif - Penelitian ini menggunakan analisis data korelasi <i>product moment</i>
3	Yuzi Akbari Vindita	Hubungan intensitas mengakses	- penelitian ini sama-sama menggunakan	- penelitian ini bertujuan untuk	- Penelitian ini untuk mengetahui

	Riyanti	<p>sosial media terhadap perilaku belajar mata pelajaran produktif pada siswa Kelas xi jasa boga di smk n 3 klaten</p>	<p>penelitian kuantitatif</p> <ul style="list-style-type: none"> - penelitian ini sama-sama menggunakan angket sebagai sumber data primernya - Penelitian ini menggunakan analisis data korelasi <i>product moment</i> 	<p>menguji variabel X (intensitas mengakses sosial media) dengan variabel Y (perilaku belajar mata pelajaran produktif)</p> <ul style="list-style-type: none"> - penelitian ini menggunakan pendekatan survey deskriptif - penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi 	<p>hubungan variabel X (intensitas dalam mengikuti dakwah di media sosial) dengan variabel Y (minat belajar agama)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini menggunakan pendekatan korelatif - Penelitian ini menggunakan analisis data korelasi <i>product moment</i>
--	---------	--	--	---	---

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Tentang Intensitas Mengikuti Dakwah Media Sosial

1. Pengertian Intensitas

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, intensitas berarti keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Sedangkan “intens” artinya hebat atau sangat kuat, tinggi, bergelora, penuh semangat, berapi-api, berkobar-kobar, dan sangat emosional.²⁵

Sedangkan, menurut Ana Khoiriyah yang dikutip oleh Choirun Nisak, mengartikan intensitas ialah tingkat keseringan (frekuensi), kesungguhan, serta semangat.²⁶

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa intensitas adalah seberapa seringnya seorang individu dalam mengikuti suatu kegiatan dengan harapan memperoleh hasil yang baik.

2. Klasifikasi intensitas pengguna media sosial

Berdasarkan Intensitasnya dalam menggunakan media sosial yang dipengaruhi oleh durasi dan frekuensi kegiatan. Maka SWA-Mark Plus & Co yang dikutip oleh Andisya Putri Pramudawardani, menjelaskan bahwa pengguna internet akan digolongkan menjadi tiga

²⁵ Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 383.

²⁶ Choirun Nisak, “ Hubungan Antara Intensitas Mengikuti Pengajian Rutinitas Jumat Dengan Sikap Pelayanan Islami Karyawan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Gurah Kediri “, (Skripsi tidak diterbitkan, STAIN Kediri, Kediri, 2015), 14.

kategori dengan berdasarkan intensitasnya dalam menggunakan internet antara lain :

- a. Pengguna berat : pengguna internet yang menghabiskan waktu lebih dari 40 jam kerja per bulan. Jenis pengguna internet ini adalah salah satu ciri-ciri pengguna internet yang *addicted*;
- b. pengguna sedang : pengguna internet yang menghabiskan waktu antara 10 sampai 40 jam per bulan;
- c. pengguna ringan : pengguna internet yang menghabiskan waktu kurang dari 10 jam per bulan.²⁷

3. Indikator Dari Intensitas Mengikuti Dakwah Media Sosial

Menurut Ana Khoiriyah menjelaskan bahwa ada beberapa indikator dari intensitas mengikuti dakwah melalui media sosial yang tinggi, hal ini dapat terlihat melalui intensitasnya, antara lain :²⁸

- a. Frekuensi mengikuti dakwah media sosial

Kata frekuensi berasal dari bahasa Inggris “*frequency*” yang memiliki arti kekerapan, keseringan atau jarang-kerapnya. Dengan demikian, frekuensi mengikuti dakwah media sosial berarti keseringannya seorang remaja dalam hal melihat atau mengikuti dakwah melalui media sosial.

- b. Kesungguhan mengikuti dakwah media sosial

Kesungguhan berarti memiliki ketekunan atau mempersembahkan yang terbaik dalam segala hal, melalui perencanaan yang matang dan seolah-olah melakukannya

²⁷ Andisya Putri Pramudawardani, “ Pengaruh Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Facebook dan Twitter Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Pendidikan IPS “, *Sosial Studies*, Vol.5 No.4, (2016), 8.

²⁸ Ana Khoiriyah, “ Korelasi antara intensitas mengikuti kegiatan keagamaan dengan perilaku keberagaman siswa MA Uswatun Hasanah Semarang Tahun pelajaran 2012/2013 “, (*Walisongo Institutional Repository*, IAIN Walisongo, Semarang, 2013), 12.

dihadapan Allah. Dengan demikian, kesungguhan mengikuti dakwah melalui media sosial berarti ketekunan seorang remaja dalam mengikuti dakwah melalui media sosial. Seyogyanya ketika mengikuti dakwah melalui media sosial harus dilaksanakan dengan sungguh-sungguh dan mengharapkan ridlo dari Allah SWT. Setelah itu, diharapkan remaja dapat menerapkan dari isi kajian dakwah tersebut dalam kehidupannya agar dapat bermanfaat untuk dunia dan akhiratnya.²⁹

c. Durasi mengikuti dakwah media sosial

Durasi yaitu berapa lamanya kemampuan penggunaan untuk melakukan suatu kegiatan. Dengan demikian, durasi mengikuti dakwah melalui media sosial bisa dilihat dari waktu dan hari yang dibutuhkan untuk mengikuti maupun melihat kajian tentang dakwah tersebut.

d. Motivasi dalam mengikuti dakwah media sosial

Motivasi yaitu kondisi yang memberikan dorongan / daya penggerak kepada individu untuk melakukan sesuatu. Pada dasarnya adalah keadaan internal dari seorang remaja yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu. Motivasi berarti pemasok daya untuk berbuat atau bertingkah laku secara terarah. Motivasi ada dua yakni motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik adalah motivasi karena keadaan yang berasal dari dalam

²⁹ Choirun Nisak, “ Hubungan Antara Intensitas Mengikuti Pengajian Rutinitas Jumat Dengan Sikap Pelayanan Islami Karyawan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Gurah Kediri., 15.

diri individu yang dapat melakukan tindakan. Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang terjadi karena keadaan yang berasal dari luar individu untuk mendorong melakukan tindakan.³⁰ Dengan demikian, motivasi mengikuti dakwah media sosial berarti dorongan yang ada dalam diri individu untuk mengikuti atau melihat kajian tentang dakwah yang ada di media sosial.

4. Pengertian Dakwah

Jika ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab, berupa *isim mashdar* yang berasal dari *fiil* (kata kerja) “*da'a-yad'u*”, yang artinya memanggil, mengajak, atau menyeru kemudian menjadi *da'watan* yang berarti seruan, panggilan dan ajakan. Sedangkan secara istilah para ahli ilmu dakwah memberikan pendapat yang beraneka ragam dalam mendefinisikannya.

Dakwah menurut M.Toha Yahya Omar berarti mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.³¹

Menurut M. Natsir dalam bukunya Samsul Munir Amin, menjelaskan bahwa dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, dan yang meliputi *amar ma'ruf nahi munkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara.³²

³⁰ Endang Sri Astuti dan Resminingsih, *Pelayanan Konseling untuk SMP Jilid 1* (Jakarta : Grasindo, 2010), 67.

³¹ M. Toha Yahya Omar, *Islam dan Dakwah* ., 67.

³² Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam.*, 5.

Jadi dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu seruan untuk menyampaikan tentang konsep agama Islam yang sesuai perintah Tuhan dengan tujuan amar ma'ruf nahi munkar dengan berbagai macam media yang digunakan.

5. Macam-macam Dakwah

- a) Dilihat dari cara penyampaiannya (metode), maka dakwah terbagi menjadi dua macam yaitu :
 - 1) Metode langsung maksudnya adalah mengadakan hubungan langsung secara pribadi dan kekeluargaan. Cara ini dilakukan dengan tatap muka secara langsung.
 - 2) Metode tidak langsung maksudnya mengadakan hubungan tidak langsung kepada individu atau masyarakat yang menjadi *partner* dakwah, melainkan melalui sarana perantara.
- b) Dilihat secara umum, maka dakwah terbagi menjadi tiga macam yaitu :
 - 1) Dakwah *qauliyah* (oral) yaitu dakwah yang berbentuk ucapan atau lisan yang dapat didengar oleh *partner* dakwah (*dakwah bi lisan*).
 - 2) Dakwah kitabiyah (tulis) yaitu penyampaian dakwah menggunakan tulisan.
 - 3) Dakwah *alamiyah* (dakwah bil hal), yaitu penyampaian dakwah dengan tidak menggunakan kata-kata lisan maupun

tulisan. Akan tetapi, dengan menggunakan tindakan yang nyata.³³

6. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah media online yang mendukung adanya hubungan yang kuat antar individu dengan menggunakan teknologi berbasis web yang membuat perubahan komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif. Teknologi yang membuat penggunaannya dengan mudah untuk berinteraksi berbagi pesan dengan orang lain dalam bentuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds*. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang membentuk pola komunikasi dan penyebaran informasi dari satu ke banyak orang maupun kelompok yang lebih dari itu.³⁴

Menurut Van Dijk dalam jurnalnya Ahmad Setiadi menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.³⁵

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah suatu media online yang digunakan untuk berinteraksi sosial dengan memanfaatkan teknologi berbasis web.

³³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Prenada Media, 2004), 165-166.

³⁴ Poppy Panjaitan dan Arik Prasetya, “ Pengaruh Social Media Terhadap Produktivitas., 174.

³⁵ Ahmad Setiadi, “ Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi “, *Jurnal Humaniora*, Vol.16 No.2, (2016), 2.

7. Macam-macam Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein dalam jurnalnya Anang Sugeng Cahyono, menjelaskan bahwa jenis media sosial ada 6 diantaranya:

a. Proyek Kolaborasi

Sebuah *website* yang mengizinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus artikel atau konten yang ada di *website* ini. Contohnya adalah *Wikipedia*.³⁶

b. *Blog dan microblog*

Seorang pengguna lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di *blog* ini seperti menyimpan atau mengungkapkan suatu gagasan. Contohnya seperti *Blogspot*, *Wordpress*, *Tumblr*, dan *Twitter*.

c. Konten

Para pengguna dari *website* ini saling membagikan konten-konten media, baik seperti video, *ebook*, gambar, dan lain – lain. Contohnya yakni *Youtube*, *Instagram* dan *Flickr*.

d. Situs jejaring sosial

Aplikasi yang mengizinkan penggunanya untuk dapat terhubung dengan cara membuat maupun membagikan informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi bersifat pribadi itu bisa seperti foto, video, ataupun tulisan. Contoh seperti *Facebook*, *Google+*, *Linkedin.com* (*Social Network* untuk

³⁶ Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia “, *Jurnal Publiciana*, Vol.9 No.1, (2016), 144.

para pencari kerja), *Goodreads.com* (*Social Network* untuk para pencinta buku), *Foursquare* (*Social Network* untuk mencari dan berbagi lokasi), *BBM* (*Blackberry Messenger*), *Whatsapp*, dan *Telegram*.

e. *Virtual game world*

Dunia *virtual*, dimana menirukan lingkungan dalam bentuk 3D, dimana pengguna bisa muncul dalam bentuk *avatar* maupun simbol yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya seperti *game online*.

f. *Virtual social world*

Dunia *virtual* yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia *virtual*, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, *Virtual Social World* lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan yang nyata. Contohnya adalah *second life*.³⁷

B. Kajian Tentang Minat Belajar Agama

1. Pengertian Minat

Menurut Muhammad Al-Mighwar, minat adalah suatu perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan dalam diri individu pada suatu pilihan tertentu.³⁸

³⁷ Ibid., 144.

³⁸ Muhammad Al-Mighwar, *Psikologi Remaja*, 113.

Menurut Yudrik Jahja, mengartikan minat sebagai berikut :

Suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan. Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya.³⁹

Menurut Sabri dalam bukunya Darmadi menjelaskan bahwa minat adalah suatu perasaan kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus.⁴⁰

Minat menurut Slameto, menjelaskan bahwa suatu perasaan kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang, akan diperhatikan secara terus menerus yang disertai dengan perasaan senang. Selain itu minat selalu diikuti dengan perasaan senang, sehingga diperoleh suatu kepuasan.⁴¹

Minat yaitu suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada paksaan. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, akan semakin besar minat. Minat (interest) berarti kecenderungan dan kegiatan yang tinggi atau kemugian yang besar terhadap sesuatu.⁴²

³⁹ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan.*, 63.

⁴⁰ Darmadi, *Membaca Yuk* (Jakarta : Guepedia, tt), 142.

⁴¹ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang.*, 57.

⁴² Siti Maesaroh, “ Peranan Metode Pembelajaran Terhadap Minat dan Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam “, *Jurnal Kependidikan*, Vol. 1 No. 1 (Nopember, 2013), 158.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu rasa ketertarikan terhadap sesuatu tanpa adanya paksaan sekalipun dan akan diperhatikan secara terus menerus.

2. Pengertian Belajar

Menurut Skinner dalam bukunya Muhibbin Syah menjelaskan bahwa pengertian belajar adalah suatu proses adaptasi atau penyesuaian tingkah laku yang berlangsung secara berkelanjutan.⁴³

Muhammad Thobroni dan Arif Mustofa mengutip pendapatnya Hilgard dan Bower menyatakan bahwa : belajar berhubungan dengan perubahan tingkah laku seseorang terhadap sesuatu situasi tertentu yang disebabkan oleh pengalamannya yang berulang-ulang dalam situasi itu, perubahan tingkah laku tidak dapat dijelaskan atau dasar kecenderungan respons bawaan, kematangan, atau keadaan-keadaan sesaat misalnya kelelahan, pengaruh obat, dan sebagainya.⁴⁴

Menurut O.Whittaker dalam bukunya Rohmalina Wahab, belajar merupakan sebagai proses tingkah laku yang akan ditimbulkan atau diubah melalui latihan atau pengalaman individu.

Menurut Slameto dalam bukunya Rohmalina Wahab, belajar adalah suatu proses usaha untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara progresif, sebagai pengalaman individu itu sendiri dalam interaksi dengan lingkungannya.⁴⁵

Berdasarkan dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa belajar adalah suatu proses perubahan tingkah laku dalam diri individu

⁴³ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan Suatu Pendekatan Baru* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1995), 89.

⁴⁴ Muhammad Thobroni dan Arif Mustofa, *Belajar dan Pembelajaran* (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2011), 20-21.

⁴⁵ Rohmalina Wahab, *Psikologi Belajar* (Jakarta : Rajawali, 2016), 17-18.

yang dilakukan secara berulang-ulang melalui stimulus yang berupa latihan atau pengalaman untuk menjadi insan yang lebih baik.

3. Pengertian Agama

Pengertian agama secara etimologi, berasal dari bahasa Sankrit yang tersusun dari dua kata yaitu a = tidak dan gama = pergi. Jadi agama berarti tidak pergi, tetap di tempat, diwarisi secara turun temurun. Sedangkan agama berasal dari bahasa Arab yang diambil dari kata Din yang artinya menguasai, menunduk, patuh, utang, balasan, dan kebiasaan.

Sedangkan, pengertian agama secara terminologi menurut Harun Nasution dalam bukunya Khozin menjelaskan bahwa agama adalah kepercayaan bersifat kepada kekuatan supernatural yang erat hubungannya dengan manusia. Kekuatan supernatural itu dipandang mempunyai pengaruh besar terhadap kejadian-kejadian alam yang ada di sekeliling manusia, dan perjalanan hidup manusia itu sendiri. Oleh karena itu, manusia merasa bahwa kesejahteraan tergantung pada adanya hubungan baik dengan kekuatan supernatural itu.

Menurut WJS. Purwadarminta dalam bukunya Khozin, mengartikan agama adalah segenap kepercayaan (kepada Tuhan, dewa, dan sebagainya) serta dengan menjalankan kebaktian dan kewajiban-kewajiban yang bertalian dengan kepercayaan itu.⁴⁶

Jadi dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa agama adalah suatu kepercayaan yang dianut oleh manusia dengan menjalankan kewajiban dan menjauhi larangan yang ada dalam kepercayaan tersebut.

4. Konsep minat belajar agama

Minat belajar adalah suatu rasa ketertarikan terhadap sesuatu yang dapat menimbulkan seseorang melakukan perubahan tingkah laku

⁴⁶ Khozin, *Khazanah Pendidikan Agama Islam* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2013), 54-59.

dalam dirinya untuk menjadi individu yang lebih baik. Minat belajar tidak seolah-olah hanya dalam bidang akademik saja, tetapi minat belajar juga bisa dalam bidang agama. Minat belajar agama mulai ditanamkan ke anak mulai sedini mungkin. Minat tersebut lebih memberikan penekanan pada kepatuhan terhadap peraturan agama dalam kehidupan sehari-harinya. Selain itu, remaja mulai menunjukkan adanya minat yang kuat pada hal-hal spiritual.⁴⁷ Dan remaja juga memiliki kebiasaan belajar agama setiap hari, maka mereka mempunyai kecenderungan mempunyai minat yang lebih besar pada agama. Selanjutnya, remaja yang mempunyai minat belajar agama yang lebih besar, maka mereka cenderung menghabiskan waktunya untuk kegiatan agama. Biasanya minat ini bertahan karena disukai selama kegiatan ini masih baru dan selama kegiatan ini menyenangkan dan memberikan pengalaman yang berharga untuknya.⁴⁸

Dalam mengembangkan minat belajar agama terhadap sesuatu pada dasarnya adalah membantu remaja melihat bagaimana keterkaitan antara materi yang diharapkan untuk dipelajarinya dengan dirinya sendiri sebagai individu. Proses ini berarti menunjukkan pada remaja tentang bagaimana pengetahuan atau kecakapan tertentu mempengaruhi dirinya, melayani tujuan-tujuannya, memuaskan kebutuhan-kebutuhannya. Bila remaja menyadari bahwa belajar agama merupakan suatu alat untuk mencapai beberapa tujuan yang dianggapnya penting, dan bila remaja

⁴⁷John W. Santrock, *Adolescence (Perkembangan Remaja)* (Jakarta : Erlangga, 2003), 460.

⁴⁸Elizabeth B.Hurlock, *Perkembangan Anak Jilid 2* (Jakarta : Erlangga, 2013), 130-132.

melihat bahwa hasil dari pengalaman belajar agamanya akan membawa kemajuan pada dirinya, kemungkinan besar ia akan berminat dan menghabiskan waktu untuk mempelajarinya.⁴⁹

Sebagaimana halnya kebanyakan manusia, sebagian remaja menganggap bahwa agama berperan penting dalam kehidupannya. Hal ini tampak dengan keikutsertaan mereka untuk mengikuti kegiatan-kegiatan agama dan berbagai upacara keagamaan baik di sekolah, masyarakat ataupun yang lain.⁵⁰

5. Aspek-Aspek Minat Belajar Agama

Semua minat mempunyai dua aspek, antara lain :

a. Aspek kognitif

Aspek kognitif didasarkan atas konsep yang dikembangkan pada remaja mengenai bidang yang berkaitan dengan minat. Misalnya aspek kognitif remaja terhadap agamanya. Aspek kognitif minat ini berkisar tentang keuntungan dan kepuasan pribadi yang dapat diperoleh dari minat belajar agama. Misalnya remaja ingin merasa yakin bahwa waktu dan usaha yang dihabiskannya dengan kegiatan yang berkaitan dengan minat belajar agama akan memberinya kepuasan dan keuntungan pribadi.

Konsep yang membangun aspek kognitif minat belajar agama didasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang dipelajari di rumah, di sekolah, dan di masyarakat, serta dari berbagai jenis media massa.

⁴⁹ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang mempengaruhinya.*, 180.

⁵⁰ Muhammad Al-Mighwar, *Psikologi Remaja.*, 107-108.

b. Aspek afektif

Aspek afektif atau bobot emosional, konsep yang membangun aspek afektif minat belajar agama yang dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat belajar agama. Aspek afektif ini berkembang dari pengalaman pribadi, dari sikap orang yang penting (seperti orangtua, guru, dan teman sebaya) terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat belajar agama dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk media massa terhadap kegiatan itu.⁵¹

6. Indikator dari Minat Belajar Agama

Menurut Slameto menjelaskan bahwa ada beberapa indikator dari minat seorang remaja yang memiliki minat belajar agama yang tinggi, hal ini dapat terlihat melalui proses belajar agamanya, antara lain :⁵²

a. Perasaan senang

Seorang remaja yang memiliki perasaan senang ataupun suka terhadap kegiatan keagamaan, ataupun yang lainnya, maka ia akan terus mengikutinya baik di rumah maupun di masyarakat tanpa ada unsur keterpaksaan.

b. Perhatian dalam belajar agama

Adanya perhatian juga menjadi salah satu indikator minat, perhatian dalam belajar agama merupakan konsentrasi atau aktivitas jiwa terhadap pengamatan, pengertian dengan mengesampingkan

⁵¹ Elizabeth B. Hurlock, *Perkembangan Anak Jilid 2.*, 116-118.

⁵² Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang mempengaruhinya.*, 57.

yang lain. Seseorang yang memiliki minat belajar pada agama maka dengan sendirinya dia akan memperhatikan materi keagamaannya tersebut. Misalnya, seorang remaja yang menaruh minat belajar terhadap agama, maka ia akan berusaha untuk memperhatikan segala aktivitas keagamaan yang ia minati.

c. Materi dakwah dan sikap da'i yang menarik

Tidak semua remaja tertarik atau menyukai dakwah karena faktor dari minat belajar agama itu sendiri, yang mengembangkan minat belajar agama tersebut bisa terjadi karena pengaruh dari teman sebaya, lingkungan masyarakat, materi dakwah yang menarik, dan da'inya. Lama-kelamaan jika remaja mampu mengembangkan minatnya niscaya ia bisa memperoleh keberhasilan dalam hal keagamaannya.⁵³

d. Manfaat dan fungsi dakwah

Selain adanya perasaan senang, perhatian dalam belajar agama dan juga materi dakwah serta sikap da'i yang menarik, adanya manfaat dan fungsi dari dakwah (terutama dakwah media sosial) juga merupakan salah satu indikator minat belajar agama, karena setiap materi dakwah pasti memiliki manfaatnya masing-masing, misalnya: materi dakwah tentang berbakti dengan orangtua banyak memberikan manfaat kepada remaja. Maka setelah adanya materi tersebut sebisa mungkin remaja dapat menerapkannya.

⁵³ Siti Hasanatul Mardiah, "Implementasi metode roleplay dalam meningkatkan minat belajar siswa", (Skripsi tidak diterbitkan, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2015), 27.

Apabila tidak diterapkan dalam kehidupan sehari-hari maka tidak akan merasakan adanya manfaat mempelajari materi dakwah tentang berbakti kepada orangtua.⁵⁴

C. Kajian Tentang Intensitas Mengikuti Dakwah Melalui Media Sosial Dengan Minat Belajar Agama

Minat belajar adalah suatu rasa ketertarikan terhadap sesuatu yang dapat menimbulkan seseorang melakukan perubahan tingkah laku dalam dirinya untuk menjadi individu yang lebih baik. Minat belajar tidak hanya berkaitan dalam bidang akademik saja, tetapi minat belajar juga bisa dalam bidang agama. Minat belajar agama mulai ditanamkan ke anak mulai sedini mungkin. Pada *grand theory* tentang minat belajar agama yang telah dipaparkan oleh Elizabeth B.Hurlock sebagaimana dikutip dari buku perkembangan anak jilid 2 menjelaskan bahwa : “ Kesenangan memiliki kaitan dengan minat. Apabila ia memiliki kesenangan, maka intensitas dan motivasi akan menyertai sama tingginya dengan minat. “⁵⁵ Adapun menurut Slameto dalam bukunya Ahmad Susanto juga menjelaskan bahwa intensitas kebutuhan yang dilakukan oleh individu akan berpengaruh secara signifikan terhadap besarnya minat individu yang bersangkutan.⁵⁶ Jadi, apabila ada seseorang yang memiliki intensitas yang besar dalam kegiatan agamanya, maka seseorang tersebut mempunyai minat belajar agama yang besar pula. Sebagaimana halnya kebanyakan

⁵⁴ Ibid., 28.

⁵⁵ Elizabeth B.Hurlock, *Perkembangan Anak Jilid 2.*, 130-132.

⁵⁶ Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran.*, 63.

manusia, sebagian remaja menganggap bahwa agama berperan penting dalam kehidupannya. Hal ini tampak dengan keikutsertaan mereka untuk mengikuti kegiatan-kegiatan agama dan berbagai upacara keagamaan baik di sekolah, masyarakat ataupun yang lain.⁵⁷

Selanjutnya, untuk menumbuhkan minat belajar agama pada remaja saat ini, maka bisa dengan belajar agama di media sosial tetapi dengan catatan harus sesuai dengan keyakinannya. Belajar agama tidak seolah-olah mengikuti pengajian dalam suatu perkumpulan tertentu ataupun belajar di pondok pesantren. Sekarang ini belajar agama juga dapat dilakukan melalui dakwah dengan media sosial. Pesan dakwah yang disampaikan kepada remaja harus sejalan dengan perkembangan masa kini. Selain itu, pesan dakwah yang tertulis dalam media sosial memerlukan ketrampilan menulis dengan bahasa yang baik dan benar. Jika bahasa yang digunakan baik dan benar, maka pembentukan kalimat sejalan dengan ilmu kebahasaan yang dapat diprediksi pembaca yang akan menerima pesan tersebut. Semua perlu didalami dan dihayati sebelum pesan dakwah disampaikan, sehingga para remaja membacanya bisa mengerti tanpa harus berdiskusi dengan penulis dakwah tersebut. Apabila para remaja bisa tertarik untuk mengikuti dakwah yang ada di media sosial, maka tumbuhlah minat untuk belajar agama dalam dirinya. Minat belajar agama

⁵⁷ Muhammad Al-Mighwar, *Psikologi Remaja.*, 107.

dapat terlihat ketika para remaja tersebut sering mengikuti dakwah di media sosial.⁵⁸

⁵⁸ Saidulkarnain Ishak, *Dakwah sambil Ngenet* (Jakarta : Gramedia, 2015), 79-86.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Nanang Martono menjelaskan bahwa, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Data yang berupa angka diambil dari angket yang kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi secara ilmiah.⁵⁹ Berdasarkan dari permasalahan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan pendekatan korelasi. Pendekatan korelatif adalah suatu pendekatan dalam penelitian yang bertujuan menemukan ada tidaknya hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya, hubungan tersebut dalam bentuk sebab akibat (kausal).⁶⁰ Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang ingin diketahui antara lain :

1. Variabel bebas (*Independen*)

Variabel bebas (X) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat (*dependen*).⁶¹ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial.

⁵⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2011), 20.

⁶⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2015), 224.

⁶¹ *Ibid.*, 4.

2. Variabel terikat (*Dependen*)

Variabel terikat (*Y*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁶² Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat belajar agama mahasiswa program studi PAI di IAIN Kediri.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan yang memiliki karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek dari penelitian.⁶³ Menurut Sugiyono menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari : obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.⁶⁴ Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa IAIN Kediri Program Studi PAI. Populasi tersebut terdiri dari 4 angkatan yaitu angkatan 2015-2018 sebesar 1565 mahasiswa yang memiliki akun media sosial.

⁶² Ibid., 4.

⁶³ Riduwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika* (Bandung : Alfabeta, 2013), 238

⁶⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian.*, 61.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik pada populasi.⁶⁵ Menurut Riduwan dan Akdon menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu sehingga bisa untuk diteliti. Dikarenakan tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang akan diteliti. Maka cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya. Disamping sampel harus mewakili, selain itu peneliti wajib mengerti tentang seberapa besar ukuran sampel, teknik *sampling*, dan karakteristik populasi dalam sampel.⁶⁶ Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁶⁷ Ketentuan tersebut antara lain : responden harus memiliki akun media sosial yang didalamnya mengikuti atau melihat akun dakwah di media sosialnya. Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah sebesar 94 responden.

Selanjutnya, dalam menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, maka menggunakan rumus pengambilan sampel dari Taro Yamane sebagai berikut :⁶⁸

⁶⁵ Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta : Andi Offset, 2006), 70.

⁶⁶ Riduwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika.*, 240.

⁶⁷ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian.*, 67.

⁶⁸ Riduwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika.*, 249.

Tabel 3.1**Rumus *sampling* menurut Taro Yamane**

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{1565}{1565 \cdot (10\%)^2 + 1} = 94 \text{ responden}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan adalah 10%.

C. Metode Pengumpulan Data

1. Angket

Jadi peneliti membuat angket kemudian untuk diberikan kepada responden, terutama kepada mahasiswa IAIN Kediri Program Studi PAI. Para mahasiswa tersebut akan diberikan angket ketika waktu istirahat perkuliahan atau peneliti akan memberikan angket dengan memasuki ruang perkuliahan. Selanjutnya, para mahasiswa yang berhak mengisi angket yaitu mereka yang memiliki kriteria sesuai dengan ketentuan yang diberikan peneliti. Ketentuan tersebut antara lain : responden harus memiliki akun media sosial yang didalamnya mengikuti atau melihat konten dakwah di media sosialnya. Selain itu, didalam angket tersebut terdapat pilihan jawaban yang digunakan

untuk mengukur variabel intensitas dalam mengikuti dakwah melalui media sosial dengan minat belajar agama mahasiswa.

2. Dokumentasi

Metode pengumpulan data secara dokumentasi dapat dilakukan dengan cara meneliti catatan-catatan, dokumen-dokumen, arsip, dan sebagainya. Menurut Suharsimi Arikunto, dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang, tertulis seperti catatan buku, surat kabar, majalah.⁶⁹ Jadi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data tertulis yang berupa jumlah mahasiswa program studi PAI IAIN Kediri angkatan 2015-2018 yang didapat dari staf akademik IAIN Kediri .

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah.⁷⁰ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen berupa :

1. Angket

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya.⁷¹

⁶⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : Rineka Cipta, 1998), 149.

⁷⁰ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2013), 27.

⁷¹ Ibid., 27.

Dalam angket ini digunakan untuk mengukur intensitas mengikuti dakwah melalui media sosial dan minat belajar agama. Selanjutnya instrumen tersebut dapat disusun sesuai dengan indikator item favorable (+) dan unfavorable (-). Sehingga untuk mengukurnya harus dengan skala. Skala yang digunakan dalam angket peneliti gunakan ini adalah Skala Likert dimana menunjukkan tingkat efektifitas variabel yang diukur dengan 4 kategori sebagai berikut: SS : Sangat Sering, S : Sering, J : Jarang, dan TS : Tidak Sering. Untuk jawaban yang favorabel (+) dan unfavorabel (-) maka diberi jawaban sebagai berikut :

Tabel 3.2

Skor data Untuk Item Favorable (+)

Jawaban	SS	S	J	TS
Skor	4	3	2	1

Skor data Untuk Item Unfavorable (-)

Jawaban	SS	S	J	TS
Skor	1	2	3	4

Adapun kisi-kisi angket tentang intensitas mengikuti dakwah melalui media sosial dan minat belajar agama, antara lain :

1) Intensitas mengikuti dakwah di media sosial

Angket tentang intensitas mengikuti dakwah di media sosial ini disusun berdasarkan indikator-indikator dari intensitas itu sendiri yang terdiri dari 4 indikator, sebagai berikut :

- a) Frekuensi mengikuti dakwah media sosial.
- b) Kesungguhan mengikuti dakwah media sosial.
- c) Durasi mengikuti dakwah media sosial.
- d) Motivasi dalam mengikuti dakwah media sosial.

Tabel 3.3

Blueprint Intensitas mengikuti dakwah di media sosial

Variabel	Indikator	Deskriptor	Item Pertanyaan		Jumlah
			(+)	(-)	
Intensitas mengikuti dakwah di media sosial	Frekuensi mengikuti dakwah di media sosial	Kekerapan	7	11	2
		Semangat	14	8	2
	Kesungguhan mengikuti dakwah di media sosial	Keseriusan	4	15	2
		Durasi mengikuti dakwah di media sosial	Waktu yang dibutuhkan	1,6,10	13

	Motivasi dalam mengikuti dakwah di media sosial	Kebutuhan diri	2	9	2
		Keinginan yang kuat	3,5	12	3

2) Minat Belajar Agama

Angket tentang minat belajar agama ini disusun berdasarkan indikator-indikator dari minat belajar agama yang terdiri dari 4 indikator, sebagai berikut :

- a) Perasaan senang.
- b) Perhatian dalam belajar agama.
- c) materi dakwah dan sikap da'i yang menarik
- d) Manfaat dan fungsi belajar agama.

Tabel 3.4

Blueprint Minat belajar agama

Variabel	Indikator	Deskriptor	Item Pertanyaan		Jumlah
			(+)	(-)	
	Perasaan senang	Tidak dipaksa	1	10	2
		Puas	2	11	2
	Perhatian dalam belajar agama	Kesadaran	6	-	1
		Gairah	9	14	2
		Konsentrasi	7	12	2
	Materi	Responsif	5	13	2

	dakwah dan sikap ustadz/ustadz ah yang menarik	Kagum	-	4	1
	Manfaat dan fungsi belajar agama	Implementasi	15	8	2
		Kegunaan	3	-	1

2. Dokumentasi

Pedoman dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang terkait dengan jumlah mahasiswa PAI di IAIN Kediri.

E. Analisis Data

Apabila data sudah terkumpul, maka langkah selanjutnya yaitu melakukan analisis data. Kemudian data tersebut akan diolah untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan benar-benar dapat mengukur data yang seharusnya diukur. Pada tahap-tahap analisis data dilakukan sebagai berikut :

1. Pengecekan data

Pada tahap ini yaitu melakukan pengecekan instrumen. Apakah instrumen sudah lengkap dan sesuai dengan petunjuk yang ada.

2. Pengeditan data

Data yang sudah dicek secara keseluruhan, maka langkah selanjutnya yaitu pengeditan data. Apabila terdapat jawaban yang kurang jelas maka perlu dilakukan perbaikan lagi.

3. Tabulasi data

Pada tahap ini menyusun dan memasukkan data dalam tabel yang sudah disiapkan, hal ini untuk mempermudah dalam membaca data penelitian.

4. Uji validitas dan reliabilitas data

Dalam skala pengukuran yang dianggap valid adalah apabila skala yang digunakan untuk mengukur itu sesuai. Untuk menghitung validitas instrumen maka peneliti menggunakan program SPSS 16.0 untuk mempermudah dalam menghitungnya.

Sedangkan untuk menentukan reliabilitas data menggunakan program SPSS 16.0, dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* sama dengan atau lebih besar dari 0,60.

5. Deskripsi data

Pada tahap ini untuk mengetahui nilai dari data yang diteliti maka peneliti menggunakan *range*, *sum*, standar deviasi, *varians*, *mean*, *minimum*, dan *maximum* dengan bantuan SPSS 16.0.

6. Uji normalitas data

Sebelum melakukan uji hipotesis, maka hal yang dilakukan peneliti ialah menguji kenormalitasan data. Apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Sehingga untuk menguji normalitas data maka menggunakan teknik uji normalitas *One sample kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan program SPSS 16.0.

7. Uji hipotesis

Pada tahap penelitian ini untuk menganalisis data, maka menggunakan analisis data korelasi *product moment* apabila data berdistribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal maka menggunakan analisis data Kendall's Tau. Pada tahap ini peneliti akan menggunakan program SPSS 16.0. Adapun rumus korelasinya secara umum sebagai berikut : ⁷²

Tabel 3.5

Rumus korelasi *product moment* (r)

$$r = \frac{n (\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

r = Koefisien korelasi pearson

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali skor X dan Y

$\sum X$ = Jumlah skor X

$\sum Y$ = Jumlah skor Y

⁷² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2010), 53.

$\sum X^2 =$ Jumlah kuadrat skor X

$\sum Y^2 =$ Jumlah kuadrat skor Y

$n =$ Jumlah peserta

Rumus Kendall's Tau (τ)

$$\tau = \frac{\sum A - \sum B}{\frac{N(N-1)}{2}}$$

$\tau =$ Koefisien korelasi Kendall's Tau

$\sum A =$ Jumlah rangking atas

$\sum B =$ Jumlah rangking bawah

$N =$ Jumlah sampel

Langkah-langkah analisis data diatas dapat digambarkan dalam bagan sebagai berikut :

Tabel 3.6

Tahap analisis data

