

## PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI DAKWAH ISLAM DENGAN METODE STRUCTURAL EQUATION MODELING

Dwi Fidiyatmoko<sup>1</sup>; Wida Prima Mustika<sup>2</sup>

Program Studi Sistem Informasi <sup>1,2</sup>

STMIK Nusa Mandiri Jakarta <sup>1,2</sup>

nusamandiri.ac.id <sup>1,2</sup>

fidiyatmoko@gmail.com <sup>1</sup> wida.wpm@nusamandiri.ac.id <sup>2</sup>



**Abstrak**— Semakin berkembangnya zaman tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial sangat dibutuhkan sehari-hari. Dari sekian banyak media sosial yang ada, Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling sering dipakai oleh masyarakat. Instagram kini banyak digunakan sebagai sarana penjualan berbagai macam produk, selain itu Instagram saat ini juga digunakan untuk dakwah dimana para Panitia Kajian Islam, Ustad, dan Komunitas-komunitas Islam dapat memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah untuk menyebarkan informasi berupa kajian, ilmu pengetahuan Islam berupa foto dan video yang dapat dimanfaatkan untuk masyarakat. Dalam hal ini dilakukan penelitian untuk mengetahui besarnya pengaruh media sosial Instagram dalam melakukan penyebaran dakwah Islam, serta sebagai sarana komunikasi antara pendakwah dengan jama'ah maka penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan software AMOS. Dari hasil penelitian maka diperoleh hasilnya yaitu nilai  $p$  pada media komunikasi pada Instagram adalah 0.019 artinya memberi pengaruh negatif terhadap penyebaran dakwah Islam, dan nilai  $p$  pada media informasi adalah 0.001 dan signifikan berpengaruh positif terhadap penyebaran dakwah Islam.

**Kata Kunci:** Structural Equation Modeling, Dakwah Islam, Media Sosial

*Abstract*— The growing era cannot be denied that social media is very much needed on a daily basis. Of the many social media that exist, Instagram is one of the social media most often used by the public. Instagram is now widely used as a means of selling various kinds of products, besides that Instagram is currently also used for da'wah where Islamic Study Committees, Ustads, and Islamic Communities can use Instagram as a da'wah medium to disseminate information in the form of studies, Islamic knowledge in the form of photos and videos that can be used for the community. In this case, a study was conducted to determine the magnitude of the influence of Instagram social media in spreading Islamic da'wah, as well as a means of communication between preachers and congregations. This study uses the Structural Equation Modeling (SEM) method with AMOS software. From the research results, the results obtained, namely the  $p$  value on the communication media on Instagram is 0.019 which means that it has a negative influence on the spread of Islamic da'wah, and the  $p$  value on the information media is 0.001 and has a significant positive effect on the spread of Islamic preaching.

*Keywords:* Structural Equation Modeling, Islamic Da'wah, Social Media

### PENDAHULUAN

Sekian banyak media sosial yang ada Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling dipakai oleh masyarakat, karena dengan media sosial Instagram pengguna dapat membagikan momen kesehariannya baik dalam bentuk foto maupun video, selain itu Instagram juga dilengkapi fitur live streaming yang tentu sangat menguntungkan bagi penggunanya, Instagram kini banyak digunakan sebagai sarana penjualan berbagai macam produk, selain itu

Instagram saat ini juga digunakan untuk dakwah dimana para Panitia Kajian Islam, Ustad, dan Komunitas-komunitas Islam dapat memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah untuk menyebarkan informasi berupa kajian, ilmu pengetahuan Islam berupa foto dan video yang dapat dimanfaatkan untuk masyarakat.

Media sosial Instagram sering digunakan sehari-hari oleh masyarakat luas (Ismail, Abidin, & Fatoni, 2017), namun sering digunakan hanya sebagai media hiburan, kurangnya informasi dan pengetahuan tentang ilmu agama (Suradi, 2017)

yang baik terutama masyarakat ibu kota yang sibuk dengan aktifitasnya sehingga membuat masyarakat tidak bisa menghadiri tempat-tempat kajian dakwah islam atau majelis-majelis taklim guna menuntut ilmu dalam kesehariaanya.

Penelitian terdahulu tentang metode Structural Equation Modeling antara lain Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce (Sidharta & Suzanto, 2015), penelitian berikutnya Analisa Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pengguna Website Layanan Akademik (Handrianto, 2016). Penelitian lainnya yaitu Tinjauan Kualitas Informasi Dari Sistem Pembelajaran (Studi Kasus SMK Nurul Islam Cianjur) (Syabaniah, 2015) dan penelitian lainnya yaitu Analisis Penerimaan Teknologi Sistem Ujian Online Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Teknologi (Setyowati, Winarno, & Sudarmawan, 2015).

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa besarnya pengaruh media sosial instagram dalam menyebarkan informasi dakwah islam. Untuk mengetahui seberapa besar dampak positif dakwah islam melalui media sosial instagram terhadap masyarakat.

## BAHAN DAN METODE

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Oleh karena itu berkaitan tentang bagaimana cara peneliti membumpulkan data dalam menyusun skripsi ini. Berikut metode yang digunakan untuk menyusun skripsi ini.

- a) Observasi : Pada tahapan ini penulis melakukan pengumpulan data dan informasi yang dianggap berkaitan dengan pengaruh penggunaan media sosial *instagram* terhadap dakwah islam.
- b) Studi Pustaka : Pada tahapan ini penulis juga menggunakan studi pustaka untuk mengkaji data yang ada. Dalam metode ini membaca buku dan jurnal yang berkaitan dengan permasalahan.
- c) Kuisisioner :Penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner yang disebar kepada sebanyak 140 kepada masyarakat dengan rentang usia minimal diatas 17 sampai 45 tahun dan aktif menggunakan media sosial

### 2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan beberapa tahapan yaitu :

#### a. Studi Literasi

Studi Literasi dilakukan untuk membaca informasi terkait seperti buku, jurnal dan informasi

dari internet agar dapat mendapatkan gambaran secara jelas tentang apa yang akan dikerjakan.

#### b. Penyusun Instrumen

Dalam instrument dibuat berdasarkan teori yang telah ditemukan dalam studi litetatur.

#### c. Menyusun Konstruk

Instrumen yang dibuat berdasarkan terori yang ditemukan dibuat konstruk model penelitian. Instrumen yang digunakan penelitian ini dibuat dalam bentuk survey.

#### a. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan melakukan pemberian kuesioner untuk kemudian diisi oleh responden yaitu masyarakat yang khususnya yang tinggal di ibu kota DKI Jakarta dan aktif menggunakan media sosial instagram.

#### b. Analisis Data

Tahap selanjutnya adalah analisis hasil pengumpulan data, dengan menggunakan software AMOS 22. Analisis diupayakan cukup mendalam sehingga dapat menghasilkan kumpulan data yang valid dan relevan.

#### c. Kesimpulan dan Saran

Langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan dari pengujian sistem dengan manual dan mencocokkan hasilnya serta memberikan saran untuk peneliti selanjutnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Persamaan Model Teoritis

Berdasarkan terori yang ada maka peneliti membuat beberapa dimensi yang sesuai dengan penelitian untuk mengukur variabel Media Komunikasi dan Media Informasi pada instagram. Dibawah ini merupakan tiga dimensi beserta dengan indikator yang digunakan untuk mengukur penelitian ini:

- a. Variabel Media sosial instagram sebagai Media Komunikasi.(MK)

Tabel 1. Variabel Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi

No	Indikator	Variavel
1	Instagram adalah sosial media yang terbilang sering untuk diakses.	MK1
2	Melalui instagram memudahkan saya dalam mencari teman baru.	MK2
3	Di media sosial instagram saya mengikuti akun-akun dakwah islam.	MK3
4	Melalui instagram memudahkan saya dalam menyampaikan pertanyaan kepada ustaz/ narasumber..	MK4
5	Foto dan Video yang berisi dakwah islam di instagram berisi ilmu yang bermanfaat dan bersifat informatif.	MK5
6	Media sosial instagram salah satu alat komunikasi yang cukup baik.	MK6

Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)

b. Variabel Media sosial instagram sebagai Media Informasi (MI)

Tabel 2. Variabel Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi

No	Indikator	Variabel
1	Melalui instagram banyak akun dakwah yang sudah baik dalam memperkenalkan dakwah islam.	MI7
2	Melalui instagram banyak informasi tentang jadwal-jadwal kajian.	MI8
3	Melalui instagram banyak panitia kajian mengenalkan suasana dakwah islam yang menyenangkan.	MI9
4	Video atau foto dakwah islam di instagram mengajarkan tauhid dan menjauhi syirik.	MI10
5	Foto dan video kajian islam yang dilakukan di instagram sudah berdasarkan hadis dan as sunnah.	MI11
6	Konten video & foto dakwah islam diinstagram membuat orang menjadi lebih tertarik dengan ilmu agama islam.	MI12

Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)

c. Variabel Dakwah Islam lebih dikenal atau Pengaruh Instagram (PI)

Tabel 3. Variabel Dakwah Islam Lebih dikenal

No	Indikator	Variabel
1	Melalui media sosial instagram dakwah islam kini menjadi lebih dikenal.	PI1
2	Video dan foto yang berisi dakwah islam diinstagram membuat citra islam menjadi lebih baik.	PI2
3	Informasi seputar dakwah yang ada diinstagram berdasarkan Al- quran dan as sunnah / hadis, dan membuat citra dakwah lebih baik di mata para jemaah	PI3
4	Melalui instagram menjadikan jemaah untuk lebih mencintai islam dan ingin mengenal islam lebih jauh.	PI4
5	Melalui instagram menjadikan jemaah lebih tertarik untuk datang langsung ke tempat-tempat kajian.	PI5
6	Instagram memberikan dampak positif terhadap penyebaran dakwah islam.	PI6

Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)

2. Persamaan Model Stuktural

Setelah data kuesiner terkumpul yang selanjutnya disebut data mentah, maka data mentah tezrsebut diolah dengan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) yang menggunakan bantuan program AMOS 22 untuk menguji validitas, reabilitas, dan analisa pengaruh antar variabel. Adapun tahapan awal SEM, adalah spesifikasi model pengukuran.

Tabel 4. Persamaan Model Struktural

Variabel Laten	Variabel Laten yang mempengaruhi
Pengaruh Instagram	Media Komunikasi Media Informasi

Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)

Berdasarkan tabel diatas akan dibuktikan melalui persamaan model struktural hubungan antara variabel laten (endogen) pengaruh instagram dipengaruhi atas variabel laten (eksogen), media komunikasi dan media informasi.

Penelitian ini menggunakan metode dua tahap yaitu CFA ditahap pertama dan *Path Diagram* di tahap kedua. Pengukuran CFA tingkat pertama ini menghasilkan *printed output* dan *path diagram*. Analisis awal dimulai dengan memeriksa hasil pengukuran untuk memastikan tidak terdapat *offending estimates* (nilai-nilai yang melebihi batas yang dapat diterima)

Berikut kriteria analisisnya, yaitu:

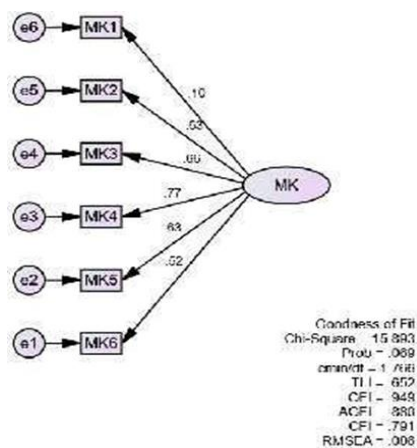
- Offending estimates*, terutama adanya negatif *effor variabel*. Jika kesalahan varian negatif, maka varian kesalahan tersebut perlu ditetapkan menjadi 0.005 atau 0.001
- Nilai *stadarlize loading factor* > 0.50 sehingga variabel-variabel terkait bisa dipertimbangkan untuk dihapus.
- Standard Error* yang berhubungan dengan koefesien-koefesien yang diestimasi mempunyai nilai besar.

3. Confirmatoty Factor Analysis (CFA)

Tujuan dari *Confirmatoty Factor Analysis* atau CFA adalah untuk mengkonfirmasi atau menguji model, yaitu model pengukuran yang perumusannya berasal dari terori. Sehingga, CFA bisa dikatakan memiliki dua fokus kajian yaitu:

- Apakah indikator-indikator yang dikonsepsikan secara unidimensional valid
- Indikator-indikator apa yang dominan membentuk konstruk yang diteliti

a. Uji Validalitas Variabel Media Komunikasi  
Pengujian validalitas pada variabel diperlihatkan oleh gambar CFA I berikut ini:



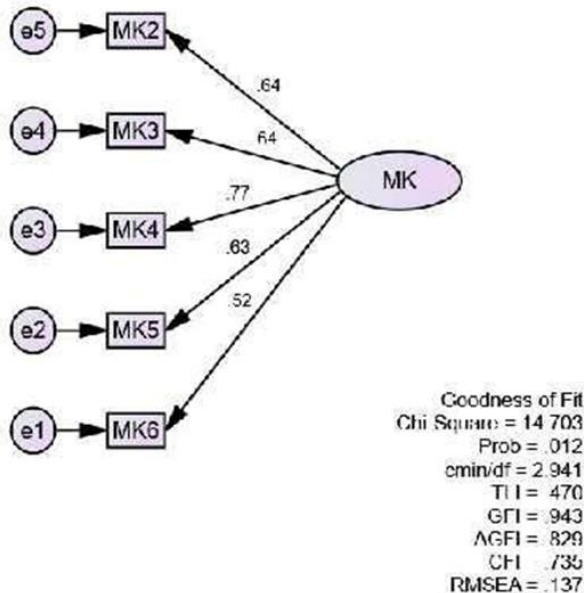
Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)  
Gambar 2 Diagram Model Standardized Solution Media Komunikasi 1

Tabel 5. Output Model Standardized Solution  
 Media Komunikasi

Output Model		Estimate
MK6	<--- MK	.521
MK5	<--- MK	.631
MK4	<--- MK	.766
MK3	<--- MK	.657
MK2	<--- MK	.635
MK1	<--- MK	.098

Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)

Nilai *standardized regression* pada tabel dan diagram diatas menunjukkan loading faktor masing-masing indikator terhadap konstruknya dimana nilai loading faktor < 0.50 yang berarti indikator tersebut tidak valid sebagai indikator untuk mengukur konstruknya dan harus dihapus. Berikut dibawah ini adalah hasil dari CFA *standardized solution* setelah penghapusan indikator yang tidak valid yaitu MK1.



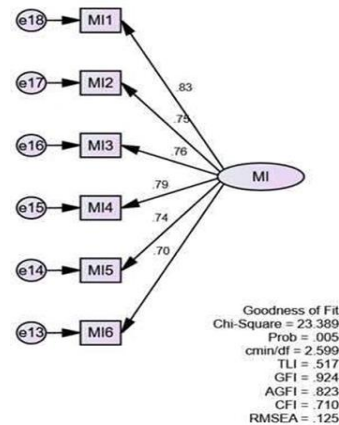
Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)

Gambar 3 Diagram Model Standardized Solution  
 Media Komunikasi (Sesudah Penghapusan data)

Setelah indikator yang tidak valid dihapus, semua nilai *standardized regression* pada program diatas menunjukkan loading factor masing-masing indikator terhadap konstruknya dimana nilainya semua > 0.50 yang indikator- indikator tersebut valid sebagai mengukur konstruknya.

b. Uji Validitas Variabel Media Informasi

Pengujian validitas dan reliabilitas karakteristik pada Media Informasi memperlihatkan pleh gambar berikut.



Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)

Gambar 4 Diagram Model Standardized Solution  
 Media Informasi

Tabel 6. Output Model Standardized Solution  
 Media Informasi

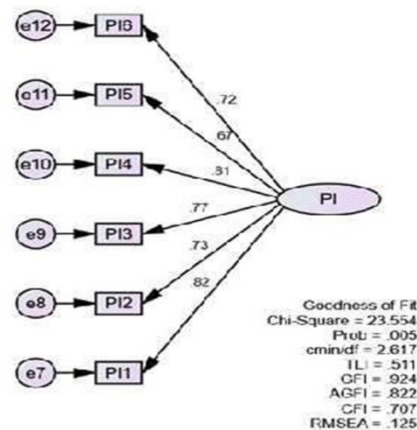
Output Model		Estimate
MI6	<--- MK	.695
MI5	<--- MK	.642
MI4	<--- MK	.794
MI3	<--- MK	.761
MI2	<--- MK	.750
MI1	<--- MK	.827

Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)

Nilai *standardized regression* pada diagram di atas menunjukkan *loading factor* masing-masing indikator terhadap konstruknya dimana semua nilainya > 0.50 yang berarti indikator-indikator valid sebagai indikator untuk mengukur konstruknya.

c. Uji Validitas Variabel Pengaruh Instagram

Pengujian validitas dan reliabilitas karakteristik pada Pengaruh Instagram memperlihatkan pada gambar berikut:



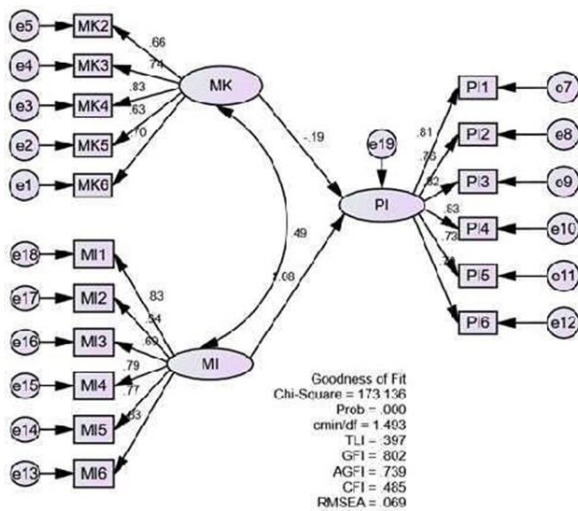
Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)

Gambar 5 Diagram Model Standardized Solution  
 Pengaruh Instagram

Nilai Standarized regression pada tabel dan diagram di atas menunjukkan loading faktor masing-masing indikator terhadap konstruksinya dimana semua nilai > 0.50 berarti indikator-indikator tersebut valid sebagai indikator untuk mengukur konstruksinya.

**4. Diagram Jalur (Path Diagram)**

Setelah tahap pertama menghasilkan model CFA dengan valibilitas dan reabilitas yang baik, maka tahap kedua pun dilaksanakan Pada tahap ini peneliti menambahkan model struktural hasil pertama untuk menghasilkan CFA telah dilakukan perhitungan LVS (*Letens Variabel Score*) dari variebel teramati sehingga menjadi variabel laten.



Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)  
Gambar 6. Path Diagram

**5. Menilai Goodness Fit Error (GOF)**

Uji kecocokan secara keseluruhan model arau *overall model fit* berkaitan dengan analisis terhada GOF statistik yang dihasilkan oleh program dan hasil GOF statistik pada tabel berikut:

Tabel 6. Goodness Of Fit (GOF) Model Penelitian

Goodness-Of-Fit (GOF)	Hasil Analisis	Cut Off Value	Evaluasi Model
Chi-square	X <sup>2</sup> =173.136 P = 0.000	Probabilitas ≥ 0,05	Kurang baik
TLI	0.397	GFI > 0.90	Kurang baik
GFI	0.802	AGFI > 0.90	Mendekati
AGFI	0.739	TLI > 0.90	Kurang baik
CFI	0.485	CFI > 0.90	Mendekati
RMSEA	0.069	RMSEA ≤ 0,08	Baik

Berdasarkan kriteria *Goodness Of Fit* (GOF) yang ada, maka *Goodness Of Fit* (GOF) sudah terpenuhi dan disimpulkan model sudah fit dengan data.

**6. Pengujian Hipotesis**

Setelah *Goodness Of Fit* (GOF) telah diastikan fit dengan data maka pengujian hipotesis bisa dilakukan. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat *Estimate* yang terdapat pada tabel *Output* AMOS mengenai *regression weights* yang ditujukan pada tabel beirkut ini :

Tabel 7. *Regression Weights*

Jalur	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PI <-- MK	-.193	.083	-2.339	.019	
PI <-- MI	.904	.117	7.754	***	
MK6 <-- MK	1.000				
MK5 <-- MK	.659	.165	4.002	***	
MK4 <-- MK	1.380	.250	5.522	***	
MK3 <-- MK	.753	.180	4.190	***	
MK2 <-- MK	1.046	.206	5.085	***	
PI1 <-- PI	1.000				
PI2 <-- PI	1.050	.156	6.726	***	
PI3 <-- PI	.978	.136	7.178	***	
PI4 <-- PI	1.074	.118	9.107	***	
PI5 <-- PI	.781	.124	6.282	***	
PI6 <-- PI	.870	.134	6.489	***	
MI6 <-- MI	1.000				
MI5 <-- MI	.788	.111	7.082	***	
MI4 <-- MI	.815	.117	6.984	***	
MI3 <-- MI	.689	.125	5.503	***	
MI2 <-- MI	.499	.103	4.827	***	
MI1 <-- MI	.943	.123	7.654	***	

Sumber:(Fidiyatmoko & Mustika, 2019)

Berdasarkan nilai P masing-masing jalur disimpulkan:

Hipotesis 1 MK terhadap PI

H0 : MK tidak berpengaruh signifikan terhadap PI

H1 : MK berpengaruh signifikan terhadap PI

Keputusan :

Pada tabel di atas nilai p variabel MK = 0.019 < 0.05 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti variabel MK berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel PI. Makin MK tinggi, makin rendah PI.

Hipotesis 2 MI terhadap PI

H0 : MI tidak berpengaruh signifikan terhadap PI

H1 : MI berpengaruh signifikan terhadap PI

Keputusan :

Pada tabel di atas nilai p variabel MI = \*\*\* < 0.05 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti variabel MI berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel PI. Makin MI tinggi, makin tinggi PI.

**KESIMPULAN**

Bersadarkan kriteria *Goodness Of Fit* (GOF) yang ada, maka *Goodness Of Fit* (GOF) sudah terpenuhi dan disimpulkan model sudah fit dengan data. Karena nilai RMSEA dibawah ≤ 0,08 yakni 0.069. Pada variabel media komunikasi (MK) memiliki pengaruh negatif dan signifikan yakni dengan nilai P 0.019. Pada variabel media informasi (MI) memiliki pengaruh positif dan signifikan karena nilai P \*\*\* atau < 0.05.



REFERENSI

- Fidiyatmoko, D., & Mustika, W. P. (2019). *Laporan Akhir Penelitian Mandiri: Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Penyebaran Informasi Dakwah Islam Dengan Metode Structural Equation Modeling*. Jakarta.
- Handrianto, Y. (2016). ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA WEBSITE LAYANAN AKADEMIK (STUDI KASUS: [www.bsi.ac.id](http://www.bsi.ac.id) AMIK BSI JAKARTA). *Jurnal Teknik Komputer*, 2(1), 31-46. Retrieved from [www.bsi.ac.id](http://www.bsi.ac.id)
- Ismail, N., Abidin, Z., & Fatoni, U. (2017). Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram | Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 22-45. Retrieved from <http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/view/30>
- Setyowati, W., Winarno, W. W., & Sudarmawan, S. (2015). ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI SISTEM UJIAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN TEKNOLOGI. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2015*, 95-99. Yogyakarta: STMIK AMIKOM Yogyakarta. Retrieved from <https://www.ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/664>
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). PENGARUH KEPUASAN TRANSAKSI ONLINE SHOPPING DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP SIKAP SERTA PERILAKU KONSUMEN PADA E-COMMERCE. *JURNAL COMPUTECH & BISNIS*, 9(1), 23-36. Retrieved from <http://jurnal.stmik-mi.ac.id/index.php/jcb/article/view/124>
- Suradi, A. (2017). GLOBALISASI DAN RESPON PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI SEKOLAH. *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 7(2), 247. <https://doi.org/10.22373/jm.v7i2.2364>
- Syabaniah, R. N. (2015). TINJAUAN KUALITAS INFORMASI DARI SISTEM PEMBELAJARAN (STUDI KASUS SMK NURUL ISLAM CIANJUR). *Konferensi Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 1(1), 49-56. Bekasi: LPPM Nusa Mandiri. Retrieved from <http://konferensi.nusamandiri.ac.id/prosidin-g/index.php/knit/article/view/30>