



EFEKTIVITAS KAMPANYE DAKWAH MODERAT DI AKUN INSTAGRAM HIJRATUNAA TERHADAP PANDANGAN MODERASI BERAGAMA



ACHMAD MAFATIKHUL HUDA
NIM. 30422082

**EFEKTIVITAS KAMPANYE DAKWAH
MODERAT DI AKUN INSTAGRAM
HIJRATUNAA TERHADAP PANDANGAN
MODERASI BERAGAMA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

ACHMAD MAFATIKHUL HUDA

NIM. 30422082

**PROGRAM KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**EFEKTIVITAS KAMPANYE DAKWAH
MODERAT DI AKUN INSTAGRAM
HIJRATUNAA TERHADAP PANDANGAN
MODERASI BERAGAMA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

ACHMAD MAFATIKHUL HUDA

NIM. 30422082

**PROGRAM KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Mafatikhul Huda
NIM : 30422082
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Efektivitas Kampanye Dakwah Moderat di Akun Instagram Hijratunaa Terhadap Pandangan Moderasi Beragama

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya, apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan

Pekalongan, 12 Juli 2026

Yang Menyatakan,


30f B3AMX426740900
Achmad Mafatikhul Huda

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom

Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen, Pekalongan, Jawa Tengah.

Lamp. : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Achmad Mafatikhul Huda

Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q. Ketua Program Studi

Komunikasi dan Penyiaran Islam

di PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini

saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Achmad Mafatikhul Huda

NIM : 30422082

Judul Skripsi : Efektivitas Kampanye Dakwah Moderat
di Akun Instagram Hijratunaa
Terhadap Pandangan Moderasi
Beragama

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 28 April 2026

Pembimbing,



Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom
NIP. 198812312019031011



PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **ACHMAD MAFATIKHUL HUDA**
NTM : **30422082**
Judul Skripsi : **EFEKTIVITAS KAMPANYE DAKWAH MODERAT DI
AKUN INSTAGRAM HIJRATUNAA TERHADAP
PANDANGAN MODERASI BERAGAMA**

yang telah diujikan pada Hari Jumat, 17 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Mukovimah, M.Sos

NIP. 199206202019032016


Herivanto, M.S.I

NIP. 198708092018011001

Pekalongan, 20 Juli 2026

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah




Dr. Tri Astutik Harvati, M.Ag

NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan Tunggal

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā	B	Be
ت	Tā	T	Te
ث	Śā	S	es (dengan titik diatasnya)
ج	Jīm	J	Je
ح	Hā	H	ha (dengan titik di bawahnya)
خ	Khā	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Z	zet (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ش	Syīn	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawahnya)
ض	Dād	D	de (dengan titik di bawahnya)
ط	Ṭā	T	te (dengan titik di bawahnya)
ظ	Zā	z	zet (dengan titik di bawahnya)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	Ge
ف	Fā	f	Er
ق	Qāf	q	Qi
ك	Kāf	k	Ka
ل	Lām	l	El
م	Mīm	m	Em
ن	Nūn	n	En
و	Wāwu	w	We
ه	Hā	h	Ha
ء	Hamzah	,	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal
ي	Yā	y	Ye

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

C. Tā Marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliyyā'*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*, masing-masing dengan tanda hubung (-) diatasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + *yā* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + *wāwu* mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh: أنتم ditulis *a'antum*

مؤنث ditulis *mu'annaś*

H. Kata Sambung Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: القرآن ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Syī'ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Kata dalam Rangkaian Frasa atau Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Islām*



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam tak lupa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Proses penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari keterlibatan dukungan, doa, semangat dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya dedikasikan kepada:

1. Kedua orang tua ku tercinta, Bapak Ahmad Mudhoaf dan Ibu Muyassaroh yang telah memberikan dukungan berupa materi, kasih sayang, cinta, semangat, nasehat, serta doa-doa yang tidak pernah putus dipanjatkan untuk saya. Dan selalu mempercayai segala langkah saya untuk selalu mencoba dan terus berusaha sekuat dan semampu saya, memberikan segala hal yang paling spesial baik dzhahir maupun batin sesuai kebutuhan. Saya ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua ku yang selalu mengusahakan untuk anaknya agar menjadi sarjana, walaupun beliau tidak merasakan pendidikan sampai dibangku pekuliahan. Permintaan maaf saya sampaikan karena belum dapat membalas jasa-jasa beliau, semoga segala hal baik dan berkah selalu menyertai orang tua yang saya cintai.

2. Segenap keluarga besar saya yang telah memberikan support berupa materi maupun moral.
3. Dosen Pembimbing Bapak M. Rikzam Kamal, M.Kom. yang selalu sabar dan baik hati selama membimbing dalam memberikan masukan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Maylinda Islakhulia. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, pemikiran dan materi kepada penulis. Telah menjadi rumah, pendamping segala hal, yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan. Mendengar keluh kesah dan selalu memberi semangat untuk penulis pantang menyerah. Semoga segala ketulusan dan kebaikanmu kembali padamu dalam bentuk kebahagiaan yang tak terduga
5. Teman-teman rumah dan teman-teman seperjuangaku, mahasiswa KPI angkatan 22.
6. Almamater saya Program Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
7. Semua dosen UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah membimbing selama perkuliahan.

8. Kepada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid, terimakasih sudah bersedia untuk menjadi narasumber dan responden, terimakasih juga atas support kalian.
9. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
10. Terakhir, untuk diri saya sendiri Achmad Mafatikhul Huda atas segala kerja keras dan semangatnya yang tidak menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati semua lika liku dalam kehidupan hingga sekarang ini. Terimakasih pada raga dan jiwa yang masih kuat dan waras hingga sekarang. Saya bangga kepada saya sendiri! Pada akhirnya bisa berada difase yang sekarang ini, untuk kedepannya raga yang kuat, hati yang selalu tegar. Mari berkerjasama untuk berkembang menjadi pribadi yang jauh lebih baik lagi.

MOTTO

“We walk the talk, not only talk the talk”

(Jokowi)

“Empat setengah tahun saya

di fitnah-fitnah saya diam

di jelek-jelekin saya juga diam

direndah-rendahkan saya juga diam

dihujat-hujat dihina-hina saya juga diam

TETAPI HARI INI DI SKRIPSI

SAYA SAMPAIKAN SAYA AKAN LAWAN!!”



ABSTRAK

Huda, Achmad Mafatikhul. 2026. Efektivitas kampanye dakwah moderat di akun instagram Hijratunna terhadap pandangan moderasi beragama. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom.

Kata Kunci : *Efektivitas, Kampanye Dakwah Moderat, Akun Instagram Hijratunnaa.*

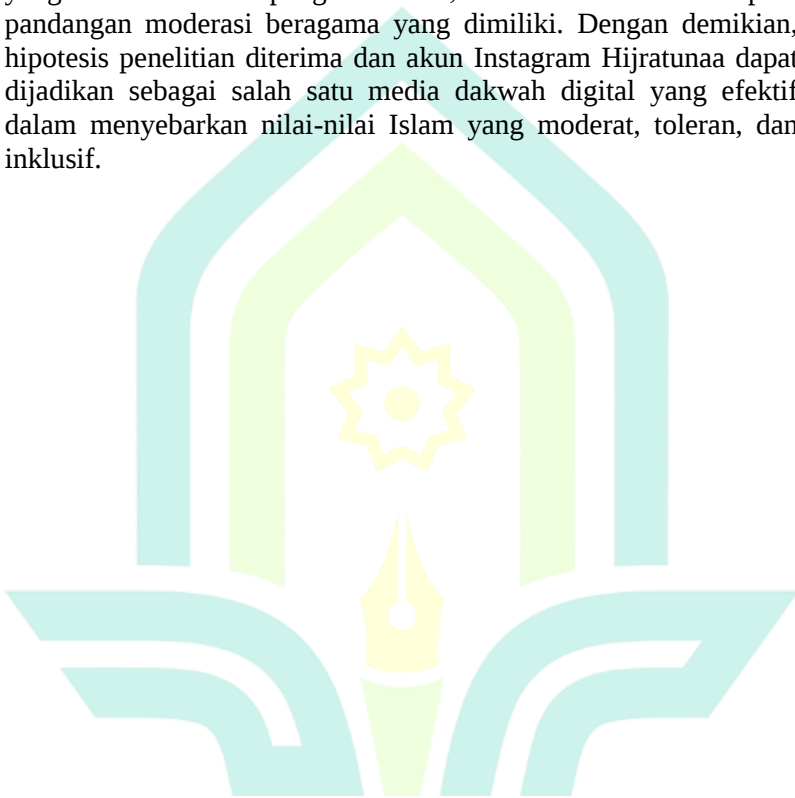
Perkembangan media sosial telah membawa perubahan dalam penyampaian dakwah Islam, salah satunya melalui platform Instagram. Akun Instagram Hijratunnaa memanfaatkan media sosial sebagai sarana kampanye dakwah moderat dengan menyampaikan pesan-pesan keislaman yang menekankan nilai toleransi, keseimbangan, dan sikap inklusif. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya mengetahui efektivitas kampanye dakwah moderat yang dilakukan melalui media sosial dalam membentuk pandangan moderasi beragama. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan kampanye dakwah moderat di akun Instagram Hijratunnaa serta menganalisis efektivitasnya terhadap pandangan moderasi beragama.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Populasi penelitian adalah pengikut akun Instagram Hijratunnaa dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Data dianalisis menggunakan bantuan IBM SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji korelasi Spearman's Rho karena data penelitian tidak berdistribusi normal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye dakwah moderat yang dilakukan akun Instagram Hijratunnaa dikemas melalui penyampaian pesan yang komunikatif, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, desain visual yang menarik, serta konten yang mengedepankan nilai-nilai moderasi beragama. Hasil uji korelasi Spearman's Rho menunjukkan koefisien korelasi sebesar $^{**}0,907^{**}$ dengan nilai signifikansi $^{**}0,001^{**}$ ($< 0,05$). Temuan tersebut

menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat dan signifikan antara kampanye dakwah moderat di akun Instagram Hijratunaa dengan pandangan moderasi beragama.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kampanye dakwah moderat melalui akun Instagram Hijratunaa efektif dalam membentuk pandangan moderasi beragama para pengikutnya. Semakin baik pelaksanaan kampanye dakwah moderat yang diterima oleh pengikut akun, maka semakin baik pula pandangan moderasi beragama yang dimiliki. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima dan akun Instagram Hijratunaa dapat dijadikan sebagai salah satu media dakwah digital yang efektif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam yang moderat, toleran, dan inklusif.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt., Tuhan semesta alam, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "Efektivitas Kampanye Dakwah Moderat di Akun Instagram Hijratunaa Terhadap Pandangan Moderasi Beragama." Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw, yang telah menjadi suri teladan bagi seluruh umat manusia dalam berbagai aspek kehidupan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, sekaligus untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Secara umum, skripsi ini membahas mengenai Efektivitas Kampanye Dakwah moderat yang ada di akun Instagram Hijratunaa dalam mempengaruhi audiens terhadap pandangan moderasi beragama

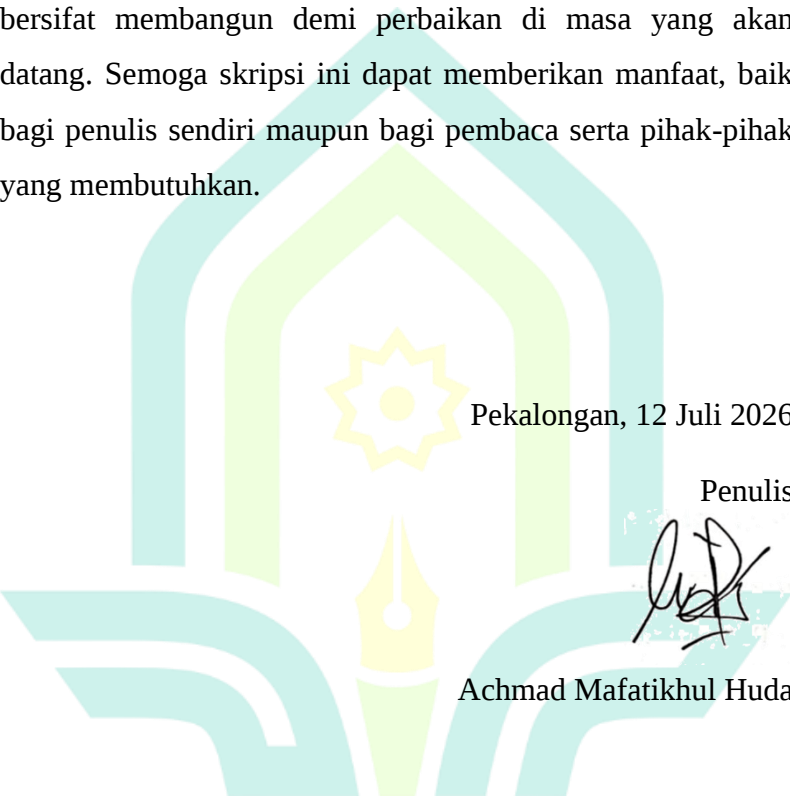
Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dorongan, serta dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis

menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Hj. Tri Astutik Haryati, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Mukoyimah, M.Sos., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dimas Prasetya, M.A., selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Mukoyimah, M.Sos., selaku dosen pembimbing akademik.
7. Seluruh dosen dan staf di lingkungan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan

ilmu, pengalaman, serta pelayanan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan.



Pekalongan, 12 Juli 2026

Penulis



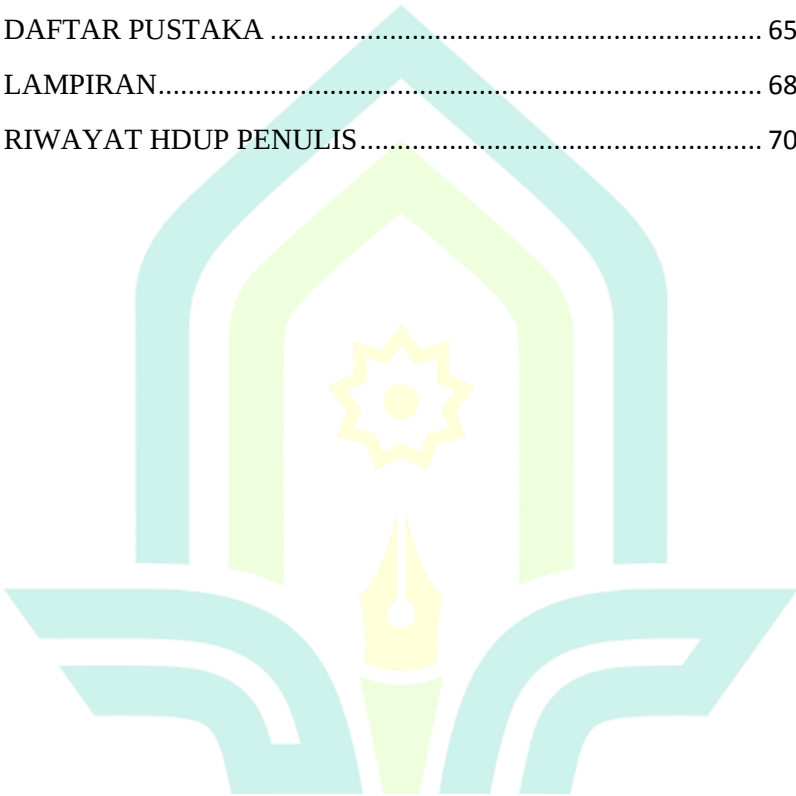
Achmad Mafatikhul Huda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xxiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	7
1. Analisis Teoritis	7
2. Kerangka Berpikir.....	11
3. Hipotesis	14
F. Metode Penelitian	15
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	15
2. Populasi dan Sampel.....	16
3. Variabel Penelitian	17
4. Teknik Pengumpulan Data	17

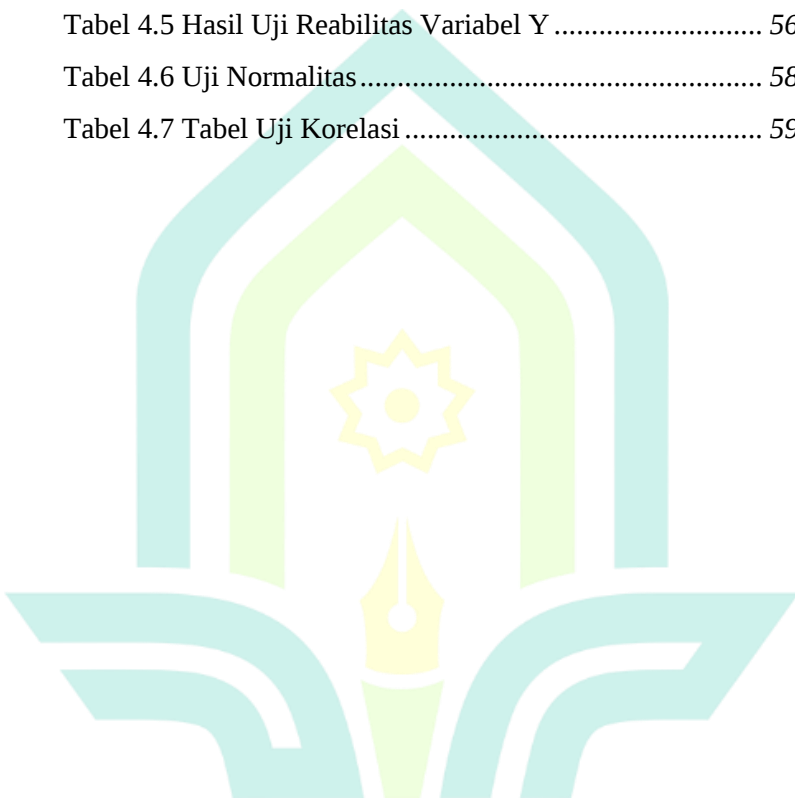
5. Teknik Analisis data	24
6. Sistematika Pembahasan	25
BAB II	27
LANDASAN TEORI	27
A. Landasan Teoritis	27
1. Moderasi Bergama	27
2. Teori Jarum Hipodermik	32
BAB III	38
HASIL PENELITIAN	38
A. Gambaran Umum Akun Instagram Hijratunaa	38
B. Kampanye Dakwah Moderat di Akun Instagram Hijratunaa	40
1. Variabel Komunikasi	40
2. Variabel Antara	40
3. Variabel Efek	43
C. Efektivitas Kampanye Dakwah Moderat Di Akun Instagram Hijratunaa Terhadap Pandangan Moderasi Beragama	47
1. Variabel Komunikasi	47
2. Variabel Antara	50
3. Variabel Efek	50
BAB IV	52
ANALISIS HASIL PENELITIAN	52
A. Data Hasil Penelitian Skala	52
B. Uji Validitas Dan Reabilitas	52
1. Kampanye Dakwah Moderat di akun Instagram Hijratunaa	52
2. Pandangan Moderasi Beragama di akun Instagram Hijratunaa	55

C. Efektivitas Kampanye Dakwah Moderat di Akun Instagram Hijratunaa Terhadap Pandangan Moderasi Beragama.....	57
BAB V	62
PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68
RIWAYAT HDUP PENULIS.....	70



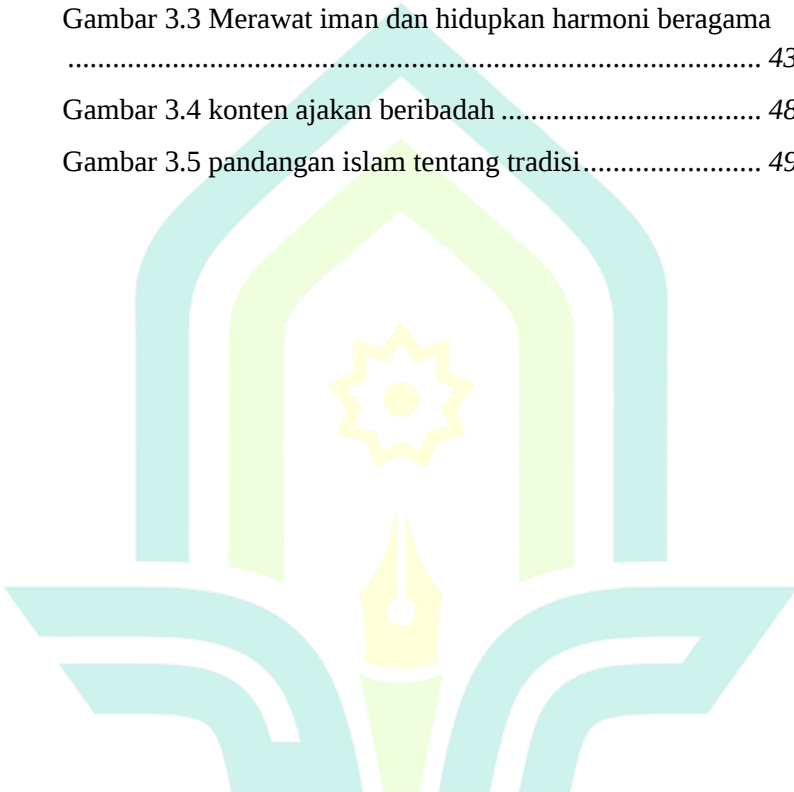
DAFTAR TABEL

Tabel 1.3 Skala tentang Efektivitas Kampanye Dakwah Moderat.....	19
Tabel 1.4 Skala tentang Pandangan Moderasi Beragama	22
Tabel 4.1. Data Hasil Penelitian.....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y	56
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.7 Tabel Uji Korelasi	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagian Kerangka Berpikir	13
Gambar 1.2 Indikator Teori Jarum Hipodermik	18
Gambar 3.1 Profil akun instagram Hijratunaa	38
Gambar 3.2 Ajakan untuk berpikir tentang hukum dan agama	42
Gambar 3.3 Merawat iman dan hidupkan harmoni beragama	43
Gambar 3.4 konten ajakan beribadah	48
Gambar 3.5 pandangan islam tentang tradisi.....	49



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi masyarakat dalam berbagai bidang, termasuk aktivitas dakwah Islam. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga berkembang menjadi ruang publik yang dimanfaatkan untuk menyebarkan berbagai informasi, pengetahuan, serta nilai-nilai keagamaan. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang banyak dimanfaatkan oleh para pendakwah karena memiliki karakter visual yang menarik, interaktif, serta mampu menjangkau masyarakat secara luas, khususnya generasi muda. Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah menunjukkan bahwa transformasi dakwah telah bergeser dari ruang konvensional menuju ruang digital yang lebih dinamis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.¹

Perkembangan media sosial di sisi lain juga menghadirkan tantangan yang cukup kompleks. Kemudahan setiap individu dalam memproduksi dan menyebarkan konten keagamaan menyebabkan masyarakat menerima berbagai informasi agama tanpa proses verifikasi yang memadai. Akibatnya, media sosial menjadi ruang yang mempertemukan berbagai corak pemahaman keagamaan, termasuk narasi intoleransi, eksklusivisme, dan ekstremisme. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa

¹ Saibatul Hamdi, Munawarah Munawarah, and Hamidah Hamidah, 'Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi', *Intizar*, 27.1 (2021), 1–15 <<https://doi.org/10.19109/intizar.v27i1.8191>>.

ruang digital tidak hanya menjadi media penyebaran dakwah, tetapi juga arena kontestasi berbagai ideologi keagamaan sehingga diperlukan penguatan konten dakwah yang mengedepankan nilai-nilai moderasi beragama.²

Urgensi penguatan moderasi beragama semakin nyata apabila dikaitkan dengan kondisi sosial masyarakat Indonesia yang plural. Hasil penelitian PPIM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menunjukkan masih terdapat kecenderungan sikap intoleran pada sebagian kalangan muda Indonesia. Temuan tersebut menjadi perhatian karena generasi muda merupakan kelompok pengguna media sosial terbesar sehingga sangat rentan dipengaruhi oleh berbagai informasi keagamaan yang beredar di ruang digital. Oleh karena itu, penguatan moderasi beragama melalui media sosial menjadi salah satu strategi yang penting untuk mencegah berkembangnya sikap intoleran di masyarakat.³

Dalam penelitian Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Jakarta pada 2021, sebanyak 30,16 persen mahasiswa Indonesia ternyata tidak toleran. Fenomena ini dapat menjadi ancaman serius bagi keberagaman Indonesia, di mana anak muda yang seharusnya menjadi pembawa damai justru merusak perdamaian.⁴

Program Moderasi Beragama yang dicanangkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia sejak tahun 2019

² *Ibid* 1-15

³ Agus Mubarak and others, 'Paradigma Dakwah Moderasi Beragama Di Media Sosial', 4 (2023), 11–27.

⁴ Ardi Teristi Hardi, Sikap Intoleran di Kalangan Mahasiswa Ancaman bagi Keberagaman, <https://mediaindonesia.com/humaniora/770381/sikap-intoleran-di-kalangan-mahasiswa-ancaman-bagi-keberagaman>, diakses pada 19 Juli 2026

merupakan langkah strategis dalam menjaga kerukunan di tengah masyarakat Indonesia yang majemuk. Namun, pelaksanaannya hingga saat ini masih menghadapi berbagai kendala. Rendahnya pemahaman masyarakat terhadap konsep moderasi beragama menyebabkan implementasinya belum berjalan secara optimal dan sering kali hanya dipahami sebagai wacana normatif.

Selain itu, derasnya arus informasi di media digital turut mempercepat penyebaran narasi keagamaan yang bersifat ekstrem dan intoleran, sehingga ruang digital lebih banyak diwarnai oleh konten yang berpotensi memicu polarisasi daripada konten yang mempromosikan nilai-nilai moderasi. Di sisi lain, implementasi kebijakan moderasi beragama juga masih memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif melalui pendidikan, pembiasaan sosial, serta penguatan budaya dialog antarumat beragama.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa upaya internalisasi nilai-nilai moderasi beragama masih perlu diperkuat, terutama melalui media komunikasi yang mampu menjangkau masyarakat luas, seperti media sosial.⁵

Moderasi beragama merupakan cara pandang, sikap, dan praktik beragama yang mengedepankan prinsip keadilan, keseimbangan (tawazun), toleransi (tasamuh), serta penghormatan terhadap keberagaman. Dalam konteks Indonesia, moderasi beragama dipandang sebagai strategi penting dalam menjaga persatuan bangsa sekaligus mencegah berkembangnya radikalisme dan konflik sosial berbasis agama. Oleh sebab itu, moderasi beragama tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga

⁵ Lembaga Penelitian, 'Jurnal Penelitian Agama', 26.2 (2025), 269–86 <<https://doi.org/10.24090/jpa.v26i2.2025.pp269-286>>.

menjadi tanggung jawab seluruh elemen masyarakat, termasuk para pelaku dakwah digital.⁶

Salah satu bentuk implementasi moderasi beragama di ruang digital dilakukan melalui kampanye dakwah moderat di media sosial. Kampanye tersebut tidak hanya bertujuan menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga membangun pemahaman masyarakat mengenai pentingnya toleransi, sikap inklusif, dan penghormatan terhadap perbedaan. Konten dakwah yang dikemas secara menarik melalui media sosial dinilai lebih mudah diterima oleh generasi muda karena sesuai dengan karakteristik komunikasi digital yang cepat, interaktif, dan berbasis visual.⁷

Salah satu akun Instagram yang secara konsisten menyampaikan kampanye dakwah moderat adalah akun @Hijratunaa. Akun ini menyajikan berbagai konten keislaman yang dikemas menggunakan desain visual yang menarik, bahasa populer, serta materi yang mengedepankan nilai-nilai toleransi, keseimbangan, dan penghormatan terhadap keberagaman. Karakteristik tersebut menjadikan akun Hijratunaa menarik untuk diteliti sebagai salah satu media dakwah digital yang berupaya menginternalisasikan nilai-nilai moderasi beragama kepada para pengikutnya.⁸

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji efektivitas media sosial sebagai media dakwah, seperti penelitian

⁶ Saibatul Hamdi, Munawarah Munawarah, and Hamidah Hamidah, 'Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi', *Intizar*, 27.1 (2021), 1–15 <<https://doi.org/10.19109/intizar.v27i1.8191>>.

⁷ Saibatul Hamdi, Munawarah Munawarah, and Hamidah Hamidah, 'Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi', *Intizar*, 27.1 (2021), 1–15 <<https://doi.org/10.19109/intizar.v27i1.8191>>.

⁸ Hijratunaa, Instagram, 20 Desember 2025, https://www.instagram.com/hijra_tunaa/

Yusnawati, Wira, dan Afriwardi (2021) yang membahas internalisasi nilai moderasi beragama melalui Instagram, penelitian Hamdi, Munawarah, dan Hamidah (2021) mengenai revitalisasi syiar moderasi beragama di media sosial, serta penelitian mengenai efektivitas dakwah pada akun Instagram @hanan_attaki dan @PemudaHijrah. Namun, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak membahas efektivitas media sosial sebagai media dakwah secara umum dan belum secara spesifik mengukur efektivitas kampanye dakwah moderat pada akun Instagram Hijratunaa terhadap pandangan moderasi beragama dengan pendekatan kuantitatif.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki distingsi pada objek penelitian, variabel yang digunakan, serta fokus analisis hubungan antara kampanye dakwah moderat dengan pandangan moderasi beragama.

Berdasarkan laporan APJII (2024), tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 79% penduduk, sedangkan media sosial menjadi salah satu aktivitas digital yang paling banyak dilakukan masyarakat Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang strategis dalam penyebaran informasi keagamaan sehingga kualitas pesan dakwah yang beredar perlu mendapatkan perhatian yang serius.⁹

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki urgensi akademik maupun praktis. Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi dakwah digital, khususnya mengenai efektivitas kampanye dakwah moderat melalui media sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan

⁹ APJII, Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang, <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>, diakses pada 20 Juli 2026

menjadi bahan evaluasi bagi pengelola akun Instagram Hijratunaa, lembaga dakwah, serta Kementerian Agama dalam merancang strategi komunikasi dakwah digital yang lebih efektif untuk memperkuat nilai-nilai moderasi beragama di tengah masyarakat. Dengan demikian, penelitian mengenai efektivitas kampanye dakwah moderat pada akun Instagram Hijratunaa menjadi relevan dan penting untuk dilakukan.¹⁰

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kampanye dakwah moderat di akun instagram Hijratunaa?
2. Bagaimana efektivitas kampanye dakwah moderat di akun instagram Hijratunaa terhadap pandangan moderasi beragama?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kampanye dakwah moderat di akun instagram Hijratunaa
2. Untuk Mengetahui kampanye dakwah moderat di akun instagram Hijratunaa terhadap pandangan moderasi beragama

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi substansial bagi pengembangan khazanah keilmuan, khususnya dalam disiplin komunikasi dan studi dakwah. Temuan-temuannya diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai bagaimana

¹⁰ Muhammad Zulfikar Yusuf and others, 'Digital Strategies for Promoting Religious Moderation : The Role of Muhammadiyah and Nahdlatul Ulama on Social Media', 2017
<<https://doi.org/10.15575/Ijni.v12i2.40842>>.

kampanye dakwah moderat berbasis media sosial berperan dalam membentuk persepsi dan sikap moderasi beragama. Selain itu, penelitian ini juga berpotensi menjadi rujukan dalam kajian dakwah digital, terutama yang berorientasi pada pemanfaatan platform Instagram, sekaligus menawarkan perspektif baru bagi pengembangan model dakwah yang adaptif terhadap dinamika dan tantangan era digital.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat nyata bagi pengelola akun Instagram Hijratunaa dengan menawarkan evaluasi dan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas kampanye dakwah moderat mereka. Temuan penelitian ini juga dapat membantu lembaga dakwah, organisasi keagamaan, dan individu dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menyebarkan nilai-nilai moderasi beragama. Lebih jauh, hasil penelitian ini diharapkan menjadi panduan bagi para praktisi dakwah digital dalam memanfaatkan media sosial secara optimal untuk memperkuat pesan-pesan inklusif dan toleran di masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teoritis

Adapun peneliti mendapatkan beberapa penelitian terdahulu yang bisa dijadikan sebagai pembelajaran serta bahan acuan perbandingan untuk landasan penelitian yang peneliti lakukan. Berikut beberapa judul penelitian terdahulu yang relevan :

Pertama, Jurnal yang ditulis Yusnawati, Ahmad Wira, Afriwardi yang berjudul “Internalisasi Nilai-nilai

Moderasi Beragama Di Instragram”¹¹. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap moderasi beragama dapat dibangun melalui pemanfaatan media sosial yang semakin berkembang, khususnya melalui akun-akun dakwah di Instagram. Para pengguna akun tersebut memberikan persetujuan terhadap upaya publikasi konten yang mempromosikan nilai-nilai moderasi. Dukungan ini pada akhirnya mendorong masyarakat untuk mengikuti akun-akun yang berperan dalam menciptakan perdamaian dan harmoni antarsesama.

Penelitian ini memiliki titik temu dengan studi sebelumnya karena sama-sama mengkaji moderasi beragama melalui platform Instagram. Namun, terdapat perbedaan pada aspek metodologi yang digunakan, fokus pembahasannya, serta lokasi penelitian yang menjadi objek kajian.

Kedua, Skripsi yang ditulis Afif Abful Rosid yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi kasus akun Instagram @kajian.ustadz.abdulsomad)”¹². Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara pemanfaatan media sosial dan efektivitas dakwah, dengan besaran kontribusi mencapai 47,9%. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram, khususnya melalui akun @kajian.ustadz.abdulsomad, mampu

¹¹ Yusnawati Yusnawati, Ahmad Wira, and Afriwardi Afriwardi, ‘Internalisasi Nilai-Nilai Moderasi Beragama Di Instagram’, *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 15.1 (2021), 01–09 <<https://doi.org/10.38075/tp.v15i1.178>>.

¹² Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan, ‘Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan’, *Komunike*, 12.2 (2020), 210–34 <<https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>>.

meningkatkan pemahaman mad'u atau para pengikutnya terhadap pesan dakwah yang disampaikan, terutama karena materi disajikan melalui video yang mudah diakses dan dipahami.

Keterkaitan penelitian ini dengan studi-studi terdahulu tampak pada kesamaan fokus analisis, yakni pembahasan mengenai moderasi beragama dalam ranah media sosial. Selain itu, kedua penelitian tersebut sama-sama menerapkan pendekatan kuantitatif sebagai landasan metodologis dalam proses pengumpulan dan pengolahan data.

Ketiga, Jurnal yang ditulis oleh Febri Nurrahmi dan Puteri Farabuana berjudul “Efektivitas Dakwah melalui Instagram” membahas bagaimana platform Instagram dimanfaatkan sebagai media dakwah yang dapat menjangkau audiens secara luas. Temuan penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram Pemuda Hijrah mampu menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara efektif melalui konten video. Konten tersebut tidak hanya memperkuat pemahaman keagamaan para pengikutnya, tetapi juga memberikan dorongan motivatif serta berkontribusi pada perubahan perilaku ke arah yang lebih religius.

Penelitian ini memiliki titik kesamaan dengan studi sebelumnya karena sama-sama menyoroti peran media sosial dalam meningkatkan efektivitas dakwah. Namun, perbedaannya terletak pada pendekatan penelitian yang digunakan. Studi ini menerapkan metode kualitatif eksplanatif melalui wawancara mendalam dan observasi nonpartisipan, sehingga memberikan pemahaman yang lebih rinci mengenai proses dakwah secara langsung.

Fokus kajiannya juga lebih terarah, yakni meneliti secara spesifik aktivitas dakwah pada akun Instagram Pemuda Hijrah, berbeda dengan penelitian lain yang cakupannya lebih luas atau bersifat umum.

Keempat, Skripsi yang di tulis oleh Desi Anggraini berjudul “Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdakwahcom)”¹³. mengkaji penggunaan Instagram sebagai sarana untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa akun @islamdakwahcom cukup efektif dalam menyampaikan pesan dakwah, dengan konten yang dibagi menjadi tiga kategori utama: akidah, akhlak, dan syariah. Penggunaan fitur-fitur Instagram memungkinkan penyampaian informasi yang lebih menarik dan interaktif bagi pengikutnya.

Penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan studi-studi terdahulu yang mengkaji efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah. Namun, perbedaan utama terletak pada pendekatan metodologis yang digunakan, yakni menerapkan metode kualitatif melalui analisis isi terhadap unggahan-unggahan dakwah serta memanfaatkan wawancara sebagai teknik pengumpulan data.

Kelima, Jurnal karya Tiste Putri Arini dan Ratih Hasanah Sudradjat berjudul “Pengaruh Penggunaan

¹³ Desi Anggraini, ‘Efektifitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian PesanDakwah’, *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul*, 53.9 (2019), 23–27
<<http://repository.radenintan.ac.id/9340/1/SKRIPSI II.pdf>>.

Media Sosial terhadap Efektivitas Dakwah (Studi pada Followers Akun Instagram @hanan_attaki)” mengkaji bagaimana Instagram berperan dalam proses penyampaian pesan dakwah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas dakwah, dengan nilai R square sebesar 25%. Artinya, masih terdapat 75% faktor lain di luar variabel penelitian yang turut menentukan efektivitas dakwah.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil uji parsial, yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 11,510 melampaui nilai t tabel sebesar 1,649, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00. Berdasarkan hasil ini, hipotesis nol (H_0) dinyatakan tidak dapat diterima, sedangkan hipotesis alternatif (H_1) dinyatakan terbukti secara statistik.

Penelitian ini memiliki titik kesamaan dengan studi sebelumnya karena sama-sama mengkaji pemanfaatan media sosial dalam aktivitas dakwah. Namun, penelitian ini berbeda dalam hal pendekatan metodologis. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling dan melibatkan 400 responden sebagai sumber data. Perhatian peneliti juga diarahkan secara spesifik pada akun Instagram @hanan_attaki, yang cukup populer di kalangan anak muda, sehingga menghasilkan fokus kajian serta konteks lokasi penelitian yang tidak sama dengan penelitian lainnya.

2. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dibuat untuk memahami bagaimana kampanye dakwah moderat yang

dilakukan melalui akun Instagram Hijratunaa dapat memengaruhi pandangan pengikutnya tentang moderasi beragama. Semakin tingginya penggunaan media digital, khususnya di kalangan anak muda, menjadikan media sosial bukan hanya tempat berkomunikasi, tetapi juga ruang penting untuk menyampaikan nilai-nilai agama. Instagram sebagai media yang berbasis visual dianggap efektif karena mampu menarik perhatian, bersifat interaktif, dan cepat menjangkau banyak orang.

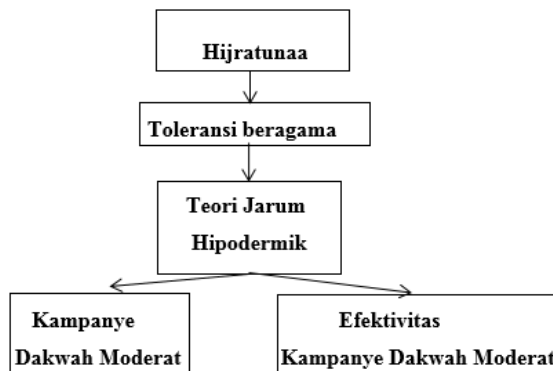
Kampanye dakwah moderat yang dijalankan oleh Hijratunaa berusaha menanamkan nilai-nilai moderasi beragama, seperti sikap toleran, seimbang, dan menolak paham ekstrem. Pesan tersebut tidak hanya disampaikan secara langsung, tetapi juga dikemas dengan gaya komunikasi yang sesuai dengan budaya digital sehingga lebih mudah diterima dan terasa dekat dengan audiens. Karena itu, cara penyampaian pesan menjadi faktor penting yang memengaruhi sejauh mana audiens bisa memahami dan menerima pesan dakwah yang dibagikan.

Untuk mengukur efektivitas pesan tersebut, penelitian ini menggunakan teori jarum hipodermik. Teori ini menjelaskan bahwa pesan media bekerja seperti suntikan, langsung masuk ke dalam diri audiens dan memberi pengaruh yang kuat.

Dalam kerangka ini, konten yang dibagikan Hijratunaa dipahami sebagai pesan dakwah yang bisa dengan cepat membentuk pandangan audiens tentang moderasi beragama. Artinya, penerimaan audiens tidak hanya bergantung pada isi pesannya, tetapi juga dipengaruhi oleh cara penyampaian yang digunakan.

Dengan demikian, kampanye dakwah moderat dipandang sebagai titik awal yang melalui gaya

penyampaian tertentu akan memengaruhi audiens melalui mekanisme jarum hipodermik. Hasil yang diharapkan adalah munculnya pandangan moderasi beragama pada audiens sebagai tanda dari keberhasilan kampanye dakwah. Oleh karena itu, efektivitas pesan dan gaya penyampaian menjadi dua hal yang saling berkaitan dan tidak bisa dipisahkan dalam menilai sejauh mana dakwah moderat melalui Instagram Hijratunaa mampu membentuk pemahaman dan sikap audiens terhadap moderasi beragama.. Dengan demikian, kerangka berpikir yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan dalam sebuah bagan yang menjelaskan hubungan-hubungan ini.



Gambar 1.1 Bagian Kerangka Berpikir

3. Hipotesis

Berbagai literatur akademik menunjukkan bahwa para ahli memiliki beragam sudut pandang terkait definisi hipotesis. Rogers (1966) mendeskripsikan hipotesis sebagai satu dugaan sementara yang dipakai untuk merumuskan suatu teori atau eksperimen sebelum akhirnya diuji. Sementara itu, Creswell & Creswell (2018) memaknai hipotesis sebagai pernyataan formal yang menjelaskan hubungan yang diprediksi antara variabel bebas dan variabel terikat.

Abdullah (2015) juga menegaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban awal yang masih memerlukan pembuktian melalui proses penelitian. Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pada dasarnya memuat tiga unsur utama: adanya dugaan sementara, keterkaitan antar variabel, dan proses verifikasi atau pengujian kebenarannya.

Proses memahami hipotesis pada dasarnya mencakup tiga tahapan pokok. Pertama, peneliti perlu menemukan landasan teori yang kuat sebelum menyusun hipotesis. Kedua, peneliti harus merumuskan asumsi atau dalil yang menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen sebagai dasar analisis. Ketiga, diperlukan pemilihan teknik statistika yang tepat untuk menguji kebenaran hipotesis tersebut. Dengan demikian, hakikat hipotesis adalah sebuah pernyataan awal yang disusun berdasarkan kaidah atau norma ilmiah mengenai suatu fenomena, yang selanjutnya akan diverifikasi melalui metode atau analisis statistik yang relevan.

Dalam penelitian ini peneliti membagi hipotesis menjadi dua macam yaitu:

(H1) : Ada efektivitas kampanye dakwah moderat melalui media online.

(H0) : Tidak ada efektivitas kampanye dakwah moderat melalui media online.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian mengenai efektivitas kampanye dakwah moderat terhadap pandangan moderasi beragama di akun instagram Hijratunaa, paradigma atau pendekatan yang digunakan adalah deskriptif. Paradigma ini menjelaskan data dan karakteristik populasi atau fenomena yang diteliti. Menurut Isaac dan Michael, penelitian deskriptif memiliki dua ciri utama. Pertama, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan atau peristiwa apa adanya. Data yang dikumpulkan hanya bersifat deskriptif, sehingga tidak digunakan untuk mencari hubungan antar variabel, menguji hipotesis, membuat prediksi, atau menarik makna yang lebih dalam. Meskipun begitu, ada kemungkinan metode deskriptif digabungkan dengan tujuan penelitian lain. Namun, para peneliti sering berbeda pendapat mengenai definisi penelitian deskriptif dan kadang memperluas maknanya.¹⁴

Paradigma ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Sehingga dalam hal ini peneliti dapat mengamati secara langsung. Serta memahami bahwa ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi pandangan moderasi beragama yang juga dipengaruhi oleh media instagram. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian survei dipilih karena mampu mengumpulkan data secara langsung dari responden melalui penyebaran

¹⁴ Aris Eddy Sarwono, Metode Kuantitatif (2021)

kuesioner, sehingga peneliti dapat memperoleh informasi yang sesuai dengan kondisi dan pengalaman responden. Dalam penelitian ini, survei digunakan untuk mengetahui efektivitas kampanye dakwah moderat yang disampaikan melalui akun Instagram Hijratunaa serta pengaruhnya terhadap pandangan moderasi beragama para pengikut akun tersebut. Dengan menggunakan metode survei, data yang diperoleh diharapkan dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya, sehingga hasil penelitian memiliki tingkat objektivitas dan akurasi yang baik.¹⁵

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yang memanfaatkan data berbentuk angka sebagai instrumen untuk menganalisis informasi atau fenomena tertentu. Dalam analisisnya, digunakan regresi linier sederhana dengan tujuan mengevaluasi sejauh mana variabel bebas memengaruhi variabel terikat.¹⁶

2. Populasi dan Sampel

Penelitian kuantitatif dengan metode survei ini menjadikan para pengikut akun Instagram Hijratunaa sebagai populasi penelitian. Sampel ditentukan melalui teknik *simple random sampling (probability sampling)*, yakni metode pemilihan sampel secara acak tanpa memperhatikan perbedaan tingkatan atau karakteristik tertentu dalam populasi. Dari keseluruhan populasi mahasiswa di kampus tersebut, peneliti memilih 100 responden dari *followers* yang aktif atau pasif sebagai sampel yang dianggap mewakili data penelitian.

¹⁵ Ramadhan Muhammad, Metode Penelitian (2021)

¹⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis Dalam Penelitian (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2010), hlm 4.

3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu konsep yang memiliki variasi nilai dan menjadi objek yang diamati dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini digunakan dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (independent variable) dan variabel terikat (dependent variable). Variabel bebas merupakan variabel yang berperan memberikan pengaruh terhadap variabel lainnya. Dalam penelitian ini, variabel bebas (X) adalah kampanye dakwah moderat melalui akun Instagram Hijratunaa. Adapun variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Oleh karena itu, variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah pandangan moderasi beragama yang dimiliki oleh para pengikut akun Instagram Hijratunaa.

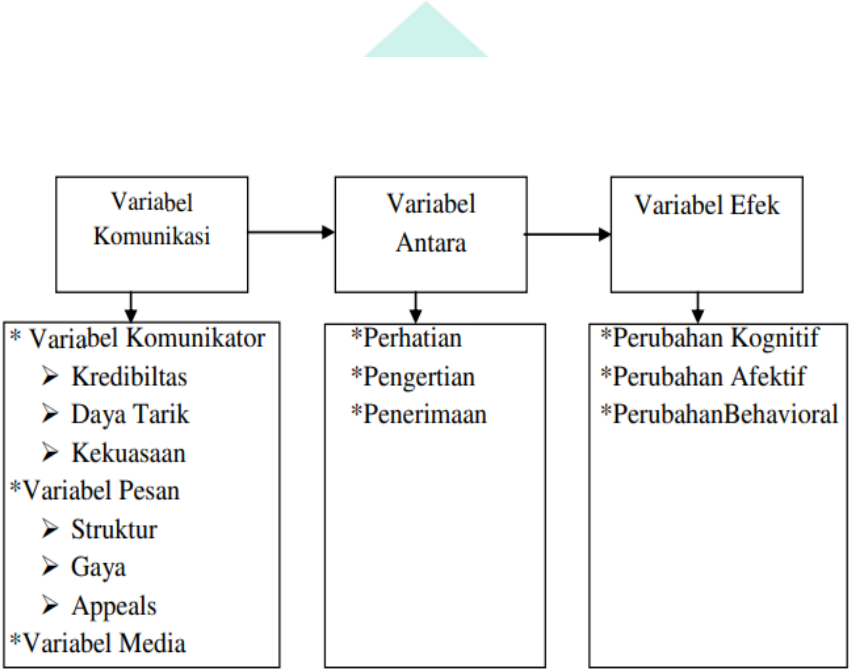
4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat utama. Penggunaan kuesioner dianggap efektif untuk mengumpulkan data secara langsung dari responden dalam jumlah besar, khususnya pada penelitian kuantitatif. Metode ini mendukung pengumpulan data secara sistematis, terstruktur, dan terukur sesuai dengan variabel yang menjadi fokus penelitian.

Kuesioner yang digunakan dirancang dalam format pertanyaan tertutup, disusun berdasarkan indikator-indikator dari masing-masing variabel penelitian. Untuk mempermudah analisis data, setiap pertanyaan menggunakan skala Likert dengan beberapa tingkatan jawaban, seperti “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju.” Pemilihan skala ini bertujuan untuk

mengukur persepsi dan pandangan responden terhadap variabel yang diteliti secara lebih terukur.

Menurut Rakhmat dan Ibrahim (2016:114) dalam buku **Metode Penelitian Komunikasi** yang dilengkapi dengan contoh analisis statistik beserta penafsirannya, model hubungan antarvariabel dalam penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.2 Indikator Teori Jarum Hipodermik

Instrumen penelitian yang digunakan dalam studi ini berupa kuesioner yang disusun oleh peneliti dengan mengacu pada landasan teoretis yang relevan. Kuesioner tersebut menggunakan skala ordinal untuk mengidentifikasi perbedaan karakteristik responden secara relatif. Instrumen penelitian terdiri atas dua kuesioner, masing-masing berisi 14 dan 11 butir

pernyataan. Respons terhadap setiap pernyataan diberikan dalam bentuk peringkat yang direpresentasikan melalui simbol angka, yang menunjukkan urutan tingkat penilaian tanpa merepresentasikan besaran nilai secara kuantitatif, yakni:

1 = sangat tidak setuju (STS)

2 = tidak setuju (TS)

3 = netral (N)

4 = setuju (S)

5 = sangat setuju (SS)

Adapun bentuk instrumennya adalah tersaji dalam tabel 2.1 skala efektivitas kampanye dakwah moderat dan 2.2 Skala tentang Pandangan Moderasi Beragama:

Tabel 1.3 Skala tentang Efektivitas Kampanye Dakwah Moderat

VARIABEL	N C	PERNYATAAN	ALTERNATI F JAWABA N				
			1	2	3	4	5
X (Independen t)	1	.Saya menilai akun Instagram Hijratunaa memiliki pemahaman keagamaan yang baik.					
	2	Saya percaya terhadap kebenaran pesan dakwah yang					

		disampaikan akun Hijratunaa.					
	3	Penyampaian dakwah di akun Hijratunaa menarik untuk diikuti.					
	4	Gaya komunikasi akun Hijratunaa membuat saya tertarik menonton kontennya.					
	5	Pesan dakwah akun Hijratunaa memengaruhi cara pandang saya terhadap isu keagamaan.					
	6	Saya cenderung mempertimbangkan pendapat keagamaan yang disampaikan Hijratunaa.					
	7	Pesan dakwah moderat di akun Hijratunaa disampaikan secara jelas dan terstruktur.					
	8	Saya mudah memahami isi					

		pesan dakwah yang disampaikan Hijratunaa.					
	9	Bahasa yang digunakan dalam konten Hijratunaa mudah dipahami.					
	10	Gaya penyampaian dakwah Hijratunaa terasa santun dan tidak menggurui.					
	11	Konten Hijratunaa mengajak untuk bersikap toleran terhadap perbedaan.					
	12	Pesan dakwah Hijratunaa mendorong saya untuk bersikap moderat dalam beragama.					
	13	Instagram merupakan media yang efektif untuk menyampaikan dakwah moderat.					
	14	Fitur Instagram memudahkan saya dalam memahami					

		pesan dakwah Hijratunaa.					
--	--	-----------------------------	--	--	--	--	--

Tabel 1.4 Skala tentang Pandangan Moderasi Beragama

VARIABEL	N O	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
			1	2	3	4	5
Y (Dependent)	1	Saya memperhatikan konten dakwah yang diunggah akun Hijratunaa.					
	2	Saya tertarik untuk mengikuti dan menonton konten dakwah Hijratunaa.					
	3	Saya memahami pesan moderasi beragama yang disampaikan akun Hijratunaa.					
	4	Saya mengerti maksud dakwah moderat dalam					

		konten Hijratunaa.					
	5	Saya menerima nilai-nilai moderasi beragama yang disampaikan Hijratunaa.					
	6	Saya menjadi lebih memahami konsep moderasi beragama.					
	7	Wawasan saya tentang pentingnya sikap moderat dalam beragama meningkat.					
	8	Saya lebih menghargai perbedaan pandangan keagamaan.					
	9	Saya merasa lebih terbuka terhadap keberagaman agama dan keyakinan.					

	10	Saya berusaha bersikap toleran dalam kehidupan sehari-hari.					
	11	Saya menghindari sikap keagamaan yang ekstrem dalam berinteraksi sosial.					

5. Teknik Analisis data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik statistik deskriptif dan statistik inferensial yang diolah melalui bantuan perangkat lunak IBM SPSS. Tahap awal analisis diawali dengan uji validitas menggunakan nilai r tabel untuk mengetahui kelayakan setiap butir pernyataan pada instrumen penelitian. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat, sehingga instrumen yang digunakan dinyatakan layak sebagai alat pengumpulan data. Hasil pengujian validitas menjadi dasar dalam menjamin kualitas data yang diperoleh selama proses penelitian.

Setelah seluruh item dinyatakan valid, tahap berikutnya adalah melakukan analisis regresi linier sederhana. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan sekaligus mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (X), yaitu kampanye dakwah

moderat melalui akun Instagram *@Hijratunaa*, terhadap variabel terikat (Y), yaitu pandangan moderasi beragama. Melalui analisis regresi linier sederhana, peneliti dapat mengetahui apakah kampanye dakwah moderat yang disampaikan melalui media sosial Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pandangan moderasi beragama para pengikut akun tersebut.

Penerapan metode analisis ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai tingkat efektivitas kampanye dakwah moderat yang dilakukan melalui akun Instagram *@Hijratunaa*. Dengan demikian, hasil penelitian dapat menjelaskan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serta memberikan jawaban yang akurat terhadap rumusan masalah penelitian mengenai efektivitas media sosial sebagai sarana penyebaran nilai-nilai moderasi beragama.

6. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut :

Bab I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai topik dan alasan pentingnya penelitian.

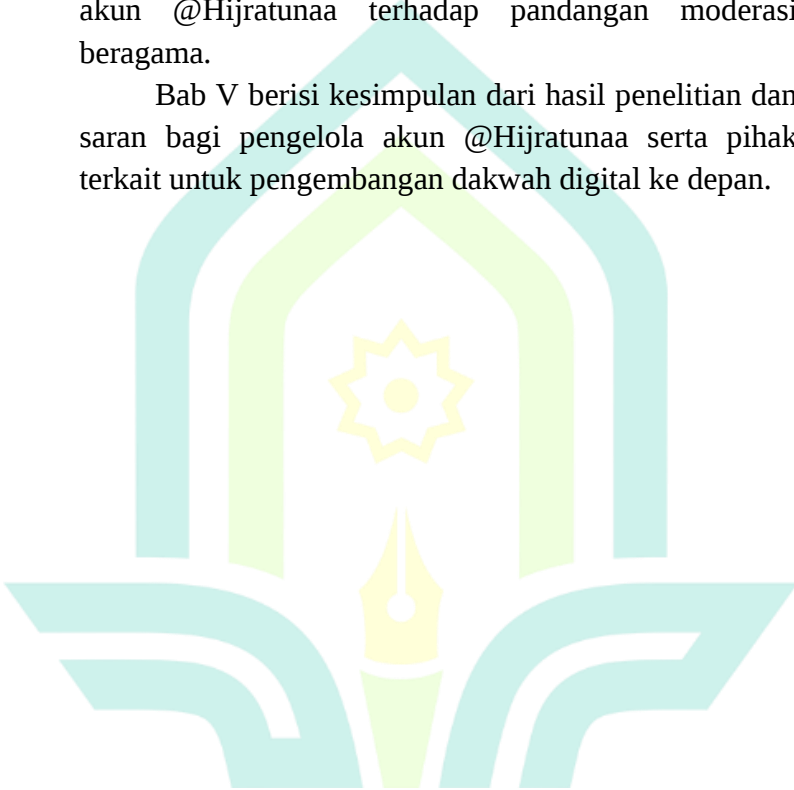
Bab II membahas teori-teori yang digunakan, yaitu teori Moderasi Beragama dan teori Jarum Hipodermik. Juga disajikan penelitian terdahulu yang relevan sebagai landasan teoritis.

Bab III menjelaskan desain penelitian, pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data melalui kuesioner,

teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana, serta penjelasan mengenai populasi, sampel, validitas, dan reliabilitas data.

Bab IV menyajikan hasil penelitian berupa data kuantitatif yang dianalisis dan dibahas sesuai rumusan yaitu kampanye dakwah moderat di akun instagram Hijratunaa dan efektivitas kampanye dakwah moderat akun @Hijratunaa terhadap pandangan moderasi beragama.

Bab V berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran bagi pengelola akun @Hijratunaa serta pihak terkait untuk pengembangan dakwah digital ke depan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Efektivitas Kampanye Dakwah Moderat di Akun Instagram Hijratunaa terhadap Pandangan Moderasi Beragama, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel X (Efektivitas Kampanye Dakwah Moderat di Akun Instagram Hijratunaa) menunjukkan bahwa kampanye dakwah moderat yang dilakukan melalui akun Instagram Hijratunaa telah berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari penyampaian pesan dakwah yang menggunakan bahasa yang mudah dipahami, desain visual yang menarik, konten yang relevan dengan kehidupan generasi muda, serta pesan-pesan yang mengandung nilai toleransi, akhlak, dan sikap moderat dalam beragama. Pemanfaatan fitur Instagram juga mendukung penyebaran pesan dakwah secara lebih efektif kepada para followers.
2. Variabel Y (Pandangan Moderasi Beragama) menunjukkan bahwa followers akun Instagram Hijratunaa memiliki pandangan moderasi beragama yang baik. Hal ini tercermin dari sikap menghargai perbedaan, keterbukaan terhadap keberagaman, meningkatnya pemahaman tentang pentingnya moderasi beragama, serta kecenderungan untuk menghindari sikap keagamaan yang ekstrem dalam kehidupan sosial dan bermasyarakat.
3. Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman's Rho, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,907 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara

variabel X dan variabel Y. Nilai korelasi sebesar 0,907 berada pada kategori sangat kuat, yang berarti semakin tinggi efektivitas kampanye dakwah moderat di akun Instagram Hijratunaa (variabel X), maka semakin tinggi pula pandangan moderasi beragama followers (variabel Y). Dengan demikian, hipotesis penelitian (H_1) yang menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan variabel Y diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa kampanye dakwah moderat melalui Instagram memiliki peran yang sangat kuat dalam membentuk dan meningkatkan pandangan moderasi beragama para followers akun Hijratunaa.

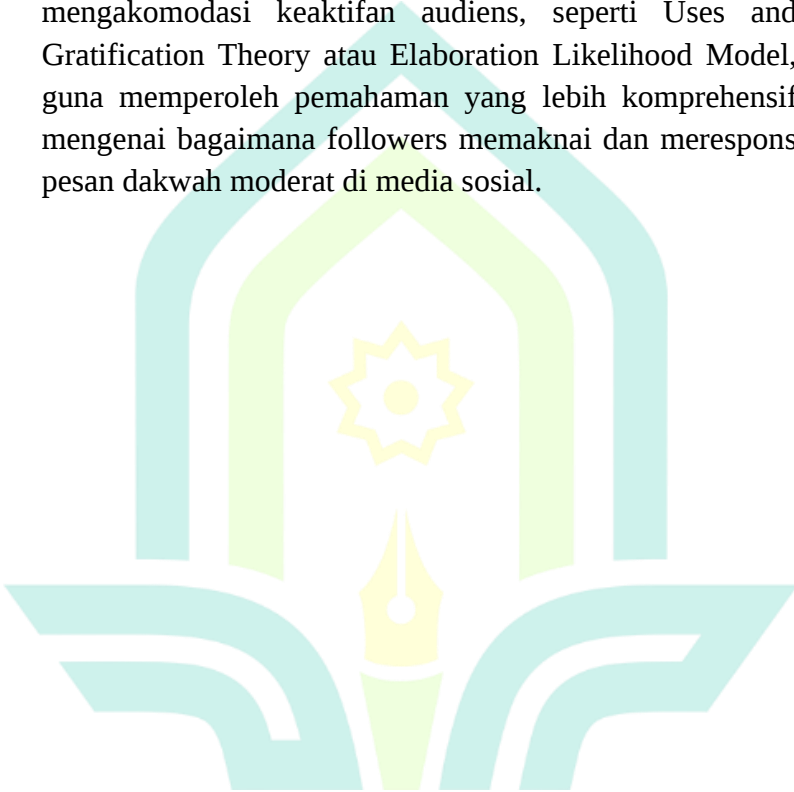
B. Saran

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Penelitian hanya menggunakan pendekatan kuantitatif dan dilakukan pada satu lokasi penelitian, sehingga hasil yang diperoleh belum dapat mewakili kondisi secara lebih luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif (*mixed methods*) agar dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

Selain keterbatasan metodologis di atas, penelitian ini juga memiliki keterbatasan dari sisi teoretis. Teori jarum hipodermik yang digunakan sebagai pisau analisis utama cenderung memandang audiens sebagai pihak yang pasif dan homogen dalam menerima terpaan pesan media, sehingga kurang mengakomodasi kemungkinan adanya proses seleksi, interpretasi, maupun negosiasi makna yang dilakukan secara aktif oleh followers akun @Hijratunaa.

Padahal dalam praktiknya, penerimaan pesan dakwah di media sosial dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor individual, seperti latar belakang pendidikan agama, lingkungan sosial, maupun tingkat literasi digital audiens, yang tidak sepenuhnya tercakup dalam asumsi teori ini.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan teori yang lebih mengakomodasi keaktifan audiens, seperti Uses and Gratification Theory atau Elaboration Likelihood Model, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana followers memaknai dan merespons pesan dakwah moderat di media sosial.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Desi, 'Efektifitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah', *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul*, 53.9 (2019), 23–27
<[http://repository.radenintan.ac.id/9340/1/SKRIPSI II.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/9340/1/SKRIPSI%20II.pdf)>
- Hamdi, Saibatul, Munawarah Munawarah, and Hamidah Hamidah, 'Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi', *Intizar*, 27.1 (2021), 1–15
<<https://doi.org/10.19109/intizar.v27i1.8191>>
- Muaz, Muaz, and Uus Ruswandi, 'Moderasi Beragama Dalam Pendidikan Islam', *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5.8 (2022), 3194–3203
<<https://doi.org/10.54371/jiip.v5i8.820>>
- Mubarak, Agus, Sekolah Tinggi, Agama Islam, and Daarut Tauhiid, 'Paradigma Dakwah Moderasi Beragama Di Media Sosial', 4 (2023), 11–27
- Musfialdy, and Ine Anggraini, 'Kajian Sejarah Dan Perkembangan Teori Efek Media', *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 8.1 (2020), 30–42
<<https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.639>>
- Penelitian, Lembaga, 'Jurnal Penelitian Agama', 26.2 (2025), 269–86
<<https://doi.org/10.24090/jpa.v26i2.2025.pp269-286>>
- Riofita, Hendra, and Mugi Harsono, 'Komunikasi WORDS OF MOUTH Dalam Bidang Pemasaran Sebuah Kilas Balik Teori', 2 (2019)

- Ummah, Athik Hidayatul, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan, 'Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan', *Komunike*, 12.2 (2020), 210–34
<<https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>>
- Yusnawati, Yusnawati, Ahmad Wira, and Afriwardi Afriwardi, 'Internalisasi Nilai-Nilai Moderasi Beragama Di Instagram', *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 15.1 (2021), 01–09
<<https://doi.org/10.38075/tp.v15i1.178>>
- Yusuf, Muhammad Zulfikar, Muhammad Hasnan Nahar, Hizba Muhammad Abror, and Muhammad Hafizh Renaldi, 'Digital Strategies for Promoting Religious Moderation : The Role of Muhammadiyah and Nahdlatul Ulama on Social Media', 2017
<<https://doi.org/10.15575/Ijni.v12i2.40842>>
- Sho'im, M. D. A. (2023). Perspektif Al-Qur'an Tentang Moderasi Beragama. Guepedia
- Rosadi, A. ... Mustofa. (2024). Kiai dan Moderasi Beragama: Peran serta Pengaruhnya pada Masyarakat Perdesaan. Gunung Djati Publishing.
- Azra, A. (2006). Islam Nusantara dan Pluralisme Indonesia. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Baran, S. (2009) Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture, Updated Edition. Boston: McGraw-Hill Higher Education.
<https://sites.highlands.edu/facultysstuglin/wpcontent/uploads/sites/77/2017/12/Intro-Mass-Communication-1.pdf>

Baran, S. J., & Davis, D. K. (2021). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (8th ed.). Cengage Learning.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of Human Communication* (10th ed.). Waveland Press.



RIWAYAT HDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Achmad Mafatikhul Huda
2. Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 23 September 2003
3. Alamat Rumah : Jl. Nakula Kelurahan Pringrejo,
Pekalongan Barat, Kota
Pekalongan
4. Alamat Tinggal : Jl. Nakula Kelurahan Pringrejo,
Pekalongan Barat, Kota
Pekalongan
5. Nomor handphone : 085866337105
6. Email : achmadmafatikhulhuda@gmail.com
7. Nama ayah : Ahmad Mudhoaf
8. Pekerjaan ayah : Buruh
9. Nama ibu : Muyassaroh
10. Pekerjaan Ibu : Ibu rumah tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : MI Hifal 02, Banyurip Alit Gang 2B, Pekalongan
(2009-2015)
2. SMP : Mts Istifaiyah Nahdliyah Banyurip Ageng,
Pekalongan (2015-2018)
3. SMA : SMK Syafi'i Akrom Kota Pekalongan (2018-
2021)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Tidak ada

Pekalongan 12 Juli 2026



Achmad Mafatikhul Huda

