

PENGARUH AKUN INSTAGRAM @PEDULIJILBAB TERHADAP PERSEPSI BERHIJAB FOLLOWERS

Fina Rahmawati, Erna Ernawati, M.Si, Hana Lestari, M.Pd

Afiliasi, dst

E-mail: finarahmaw20@gmail.com

Abstract

This research discusses the influence of the Instagram account @PeduliJilbab on the perception of wearing hijab followers. The purpose of this study was to determine how much correlation and influence the contribution of the @pedulijilbab Instagram account to the perception of followers' hijabs. The type of research used in this research is quantitative research with correlational methods, while the correlational methods are correlation and simple regression. This study shows the results of the calculation of the correlation of 0.481 means that it has a positive relationship with a moderate level. The regression calculation results show a significant positive effect of 0.000 while the contribution of Instagram accounts to perception is 17.5%.

Keywords: *instagram; perception; followers; hijab.*

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh akun instagram @PeduliJilbab terhadap persepsi berhijab followers. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar korelasi serta pengaruh juga kontribusi akun instagram @pedulijilbab terhadap persepsi berhijab followers. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode korelasional, adapun metode korelasionalnya yaitu korelasi dan regresi sederhana. Penelitian ini menunjukkan hasil perhitungan korelasi sebesar 0,481 berarti memiliki hubungan positif dengan taraf sedang. Adapun hasil perhitungan regresi menunjukkan pengaruh positif yang signifikan sebesar 0,000 adapun kontribusi *akun instagram* terhadap persepsi sebesar 17,5 %.

Kata Kunci: *instagram; persepsi; followers; hijab.*

PENDAHULUAN

Perkembangan media komunikasi telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat berkomunikasi dimana dan kapan saja. Hal ini terjadi karena adanya pengaruh berbagai media yang berkembang. Media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi. Informasi merupakan salah satu kebutuhan publik karena masyarakat haus akan berbagai informasi. Vera (2016) mendefinisikan media baru sebagai alat atau media penyampai pesan dari proses komunikasi massa. Perkembangan teknologi membawa dampak terhadap perkembangan media massa, kehadiran internet membawa era

baru dalam dunia digital. Internet menjadi kebutuhan primer untuk sebagian besar masyarakat, karena dengan internet masyarakat dapat mengakses berbagai informasi yang terjadi saat ini.

Media baru merupakan gabungan dari perkembangan teknologi (internet) dengan media massa. Menurut Denis Mcquail (2011) ciri utama dari media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang berada dimana-mana atau tidak bergantung pada lokasi. Media sosial

merupakan salah satu dari *new media* yang digandrungi masyarakat, khususnya kaum remaja dan dewasa. Salah satu diantaranya adalah media sosial instagram yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Data yang dirangkum oleh asosiasi penyelenggara data internet Indonesia (APJII) 2019 menyebutkan bahwa pengguna jasa internet paling banyak digunakan oleh remaja dengan kisaran usia 15-19 tahun yaitu 91%, Selanjutnya yaitu usia dewasa 25-29 tahun sebanyak 83%.

Media sosial merupakan kombinasi antara elemen dunia maya, dan juga kekuatan komunitas yang dibangun pada jejaring sosial. Erningdyah (2018) mengatakan Kegiatan komunikasi di dalam nya menyebabkan efek/pengaruh khusus melalui berbagai media interaksi yang disajikan dalam bentuk teks, gambar, foto, audio juga video.

Sejumlah media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yakni *Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn* dan *Pinterest*. Media sosial merupakan teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri (Aditya, 2015). Media sosial yang paling banyak diminati adalah tiga yaitu youtube, facebook dan instagram, adapun instagram menduduki posisi ke empat. (*we are social & hootsuite* via websindo.com, 2019). tetapi instagram memiliki kelebihan yaitu fitur Instagram lebih lengkap dibandingkan dengan Facebook. Fitur-fitur yang terdapat di Instagram yaitu, Instagram stories, siaran langsung, foto, Instagram TV dan video. sedangkan Facebook hanya memiliki fitur siaran langsung, foto, dan video. Penyampaian pesan melalui media sosial instagram banyak memberikan pengetahuan dan informasi kepada followers salah satu nya informasi mengenai hijab.

Hijab adalah sekat yang menjadi penghalang perempuan agar tidak tampak oleh laki-laki, hijab tidak hanya salah satu simbol ketaatan bagi seorang muslimah

terhadap syari'at agama Islam, tetapi telah bergeser menjadi simbol gaya hidup berbusana yang modis dan stylis (Suhendra, 2013). Hijab dalam Islam dimaknai sebagai ketaatan dan ketakwaan untuk berpakaian dengan pakaian yang menutup seluruh tubuh dari ujung kepala sampai ke ujung kaki, berbicara tentang fungsi pakaian hal ini sesuai dengan ayat Al-Qur'an surat al-A'raf (7) : 26, Allah SWT berfirman :

"Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat." (QS. Al-A'raf [7] : 26).

Akun instagram hijab @pedulijilbab merupakan salah satu akun sosial dan dakwah untuk Muslimah dengan tagline *"We Care so We Share"* dengan adanya kesadaran bahwa seorang muslimah haruslah menjaga dirinya dari perbuatan buruk, maka sangat penting untuk berhijab diri. Hijab tidak hanya bermaksud untuk menjaga hati, tetapi juga dibarengi dengan penghijaban fisik. Dengan berhijab sedikit banyaknya dapat mempengaruhi jiwa wanita sehingga dapat membentuk budi pekerti yang luhur. Sebab aktivitas berhijab tidak hanya mementingkan cara berhijab, bentuk, ukuran, dan nilai seninya saja, akan tetapi juga diharapkan dapat mencerminkan perilaku yang baik terhadap sesama dan pribadi yang berakhlak mulia. Sehingga, mereka yang sebelum berhijab menghabiskan waktu mereka dengan kegiatan yang kurang bermanfaat setelah memakai hijab diharapkan sedikit demi sedikit mendapat peningkatan pengetahuan berhijab merubah kebiasaan tersebut, yang akhirnya dapat menjadi wanita muslimah yang berakhlak mulia.

Dibandingkan dengan akun instagram dakwah hijab lainnya, seperti akun instagram @indonesiamenutupaurat yang memiliki 284.000 followers, dan akun instagram @muslimdailycom yang memiliki 130.000 followers. Meskipun sama-sama mengkampanyekan gerakan

berhijab sesuai syariat melalui media sosial instagram, akun instagram peduli jilbab dengan nama pengguna @pedulijilbab memiliki jumlah followers lebih banyak yakni mencapai 312.000 followers. Sehingga dengan banyaknya followers instagram menjadikan akun instagram @pedulijilbab lebih banyak dikenal masyarakat. Berdasarkan latar belakang, tersebut, tujuan penelitian ini adalah mengenai Pengaruh akun Instagram @pedulijilbab Terhadap Persepsi Berhijab Followers.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah ada korelasi positif antara akun instagram @pedulijilbab terhadap persepsi berhijab followers?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara akun instagram @pedulijilbab terhadap persepsi berhijab followers?
3. Seberapa besar pengaruh akun instagram @pedulijilbab terhadap persepsi berhijab followers?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui secara komprehensif mengenai korelasi positif antara akun instagram @pedulijilbab terhadap persepsi berhijab followers.
2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara akun instagram @pedulijilbab terhadap persepsi berhijab followers.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun instagram @pedulijilbab terhadap persepsi berhijab followers.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Penulis berharap penelitian ini bisa dijadikan tambahan referensi dan informasi serta pengetahuan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai motivasi dan pengalaman baru bagi penulis untuk meneliti mengenai pengetahuan melalui akun instagram hijab.

- b. Sebagai acuan bagi followers instagram untuk memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menambah pengetahuan salah satunya pengetahuan tentang hijab.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode korelasi dan regresi sederhana, penelitian korelasi dan regresi sederhana ini untuk mengetahui hubungan dan pengaruh persepsi berhijab followers akun instagram @pedulijilbab. Adapun variabel yang diteliti yaitu terdiri dari satu variabel independen akun instagram @pedulijilbab (X) dan satu variabel dependen yaitu persepsi berhijab followers akun instagram @pedulijilbab (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Korelasi Sederhana

Uji korelasi sederhana digunakan untuk menguji hipotesis pertama dengan tujuan untuk mengetahui hubungan positif antara satu variabel independen Akun Instagram @pedulijilbab (X) dengan satu variabel dependen persepsi berhijab follower (Y). Adapun dalam penelitian ini memiliki satu variabel independen yaitu : Akun Instagram @pedulijilbab (X). Uji signifikansinya dilakukan melalui uji korelasi *Pearson product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS 26 pada *Alpha* 5%, hasil uji korelasinya dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi Sederhana

		Akun Instagram	Persepsi Followers
Akun Instagram	Pearson	1	,418**
Instagram	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		0,00

	N	160	160
Persepsi Follower	Pearson Correlation	,418**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	160	160

Nilai *pearson correlation* pada tabel 1 antara variabel akun instagram (X) dan persepsi *followers* adalah sebesar 0,481 artinya, terdapat hubungan yang positif antara akun instagram dengan persepsi *followers*. Nilai *pearson correlation* pada tabel 31 juga menunjukkan hubungan antara kedua variabel dalam tingkatan sedang berdasarkan kelas interval koefisiensi tingkat hubungan (Sugiyono, 2018:184). Adapun, untuk melihat apakah hubungan kedua variabel signifikan dapat dilihat pada nilai Sig. (2-tailed) (0,000) < α (0,05), artinya H₀ ditolak dan H₁ diterima (Sugiyono, 2018:185) maka apabila isi konten akun instagram pedulijilbab semakin bagus, persepsi semakin bagus dan apabila konten akun instagram pedulijilbab tidak bagus maka persepsi *followers* tidak bagus. Berdasarkan hal tersebut, terdapat hubungan positif yang sedang antara akun instagram (X) terhadap persepsi *followers* (Y). Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Shariffadeen dan Manaf (2019) bahwa ada hubungan yang signifikan dan positif antara frekuensi melihat postingan di instagram dan persepsi berhijab.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients

	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	31,830	4,782		6,656	0,000	
Akun Instagram	0,259	0,045	0,418	5,791	0,000	

a. Dependent Variable: Persepsi Followers

Nilai konstanta dan koefisiensi persamaan regresi sederhana dapat dilihat pada kolom B. Maka persamaan regresinya $\hat{Y} = 31,830 + 0,259X$. Hasil analisisnya adalah $t_{hit} = 5,791$ dan Sig. 0,000 < 0,05. H₀ ditolak dan dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara akun instagram terhadap persepsi *followers*.

Tabel 3. Uji Persamaan Regresi Sederhana

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59,526	1	59,526	33,540	,000 ^b
	Residual	280,418	158	1,775		
	Total	339,944	159			

a. Dependent Variable: Persepsi Followers

b. Predictors: (Constant), Akun Instagram

Persamaan garis regresi sederhana dapat dilihat pada kolom F dengan jumlah 33,540 dan Sig. 0,000 < 0,05 atau H₀ ditolak. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa regresi X terhadap Y memiliki persamaan dan signifikan.

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,418 ^a	0,175	0,170	1,332

a. Predictors: (Constant), Akun Instagram

b. Dependent Variable: Persepsi Followers

Output hasil analisis determinasi dapat diketahui dari nilai R pada tabel 34, yaitu 0,175. Dari penjelasan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa akun instagram berkontribusi sebesar 17,5% terhadap persepsi *followers*.

SIMPULAN

Hasil analisis data penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel instagram (X) berkorelasi positif dan signifikan sebesar 0,481 pada persepsi *followers* (Y) dan angka tersebut termasuk kepada hubungan yang sedang. Artinya akun instagram @pedulijilbab memiliki hubungan positif terhadap persepsi berhijab *followers*.
2. Variabel instagram (X) berpengaruh positif dan signifikan pada persepsi *followers* dapat dilihat dari nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara akun instagram @pedulijilbab terhadap persepsi berhijab *followers*.
3. Pengaruh antara variabel instagram (X) terhadap persepsi *followers* adalah sebesar 17,5%. Artinya variabel instagram berkontribusi sebesar 17,5% terhadap persepsi *followers*.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, R. (n.d.). (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jurnal Jom FISIP*. Vol. 02 No. 02.

APJII. 2018. "Laporan Survey Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet

Indonesia", dalam <https://www.apjii.or.id/survei> diakses 12 November 2019

Erningdyah, K. D, & Rahmawati, D. (2018). Persepsi Wisatawan Terhadap Akun Media Sosial Instagram @Watuamben. *Jurnal Media Wisata*. Vol. 1 No. 2. ISBN : 8436944542. ISSN : 0187-893X.

Manaf, A. M. A. (2019). Celebrity-Fan Engagement on Instagram and Its Influence on The Perception of Hijab Culture Among Muslim Women in Malaysia. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 35 No. (1), 286–302. E-ISSN: 2289-1528. DOI. 10.17576/JKMJC-2019-3501-19

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. ISBN 979-8433-64-0.

Suhendra, A. (2013). Kontestasi Identitas Melalui Pergeseran Interpretasi Hijab Dan Jilbab Dalam Al Qur ' an. *Jurnal Palastren*. Vol. 6 No. (1), 1–22.

Vera, Nawiroh. (2016). Komunikasi Massa. ISBN 978-979-450-721-6.

We are Social via websindo 2019. "Digital Report 2019", <https://websindo.com/Indonesia-digital-report-2019-media-sosial/>