

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini, peneliti berupaya untuk memberikan gambaran dari apa yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, dan menghubungkannya dengan hasil pengumpulan data dengan menggunakan angket yang telah disebar kepada responden. Dan pada bab ini pula diungkapkan adakah hubungan antara intensitas penggunaan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line dengan sikap beragama mahasiswa Unisba.

Agar pembahasan dalam bab ini sistematis, maka penulis mengelompokkannya menjadi beberapa sub, yaitu:

1. Analisis deskriptif data responden
2. Analisis deskriptif data penelitian
3. Analisis statistik data penelitian
4. Interpretasi hasil penelitian

#### A. Analisis Statistik Deskriptif Data Responden

Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Bandung yang aktif menjadi pengikut Akun bernuansa Islami pada aplikasi Line. Namun dikarenakan jumlah populasi mahasiswa Unisba yang mengikuti Akun tersebut cukup besar, maka peneliti mengambil sampel besar dari populasi tersebut, yaitu sejumlah 50 responden. Responden ini diambil secara *accidental sampling* karena tidak adanya sumber resmi yang menyebutkan jumlah serta data mahasiswa yang mengikuti Akun bernuansa Islami tersebut. Penyebaran angket dilakukan pada 14 Februari 2016 secara *online* dengan menyebarkan secara bebas

kepada mahasiswa Unisba dengan menuliskan kriteria mahasiswa aktif Unisba dan pengikut aktif Akun bernuansa Islami tersebut. Penyebaran angket ini ditargetkan pada jumlah sampel besar 50 responden yang terdiri dari 10 fakultas yang terdapat di Unisba.

Untuk mengetahui identitas responden, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan fakultas, semester, usia responden, jenis kelamin, dan asal sekolah (SMA/ sederajat). Pernyataan identitas responden dikategorikan dalam bentuk skala nominal karena hanya untuk membedakan identitas responden dan mempermudah data penelitian. Identitas responden ini selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel yang disertai analisisnya sebagai berikut:

### 1. Identitas Responden

**Tabel 01**  
**Fakultas Responden**

<b>Fakultas</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Syariah	2	4
Dakwah	4	8
Tarbiyah	2	4
Hukum	5	10
MIPA	5	10
Psikologi	9	18
Ilmu Komunikasi	5	10
Teknik	8	16
Ekonomi	5	10
Kedokteran	5	10
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Table diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden dari fakultas Psikologi paling banyak dengan jumlah 9 orang (18%). Kedua terbanyak dari fakultas Teknik dengan jumlah 8 orang (16%). Terbanyak ketiga dari fakultas FMIPA, Hukum dan Ilmu Komunikasi, Kedokteran dan Ekonomi dengan jumlah masing-masing 5 orang (10%). Hal ini disebabkan karena ketujuh fakultas tersebut merupakan fakultas dengan jumlah mahasiswa terbanyak di Unisba, sehingga berpotensi lebih besar untuk mengikuti akun bernuansa Islami pada aplikasi Line.

**Tabel 02**  
**Semester Responden**

Semester	Frekuensi	Persentase (%)
1	2	4
3	8	16
5	20	40
7	20	40
<b>Total</b>	50	100

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Tabel di atas menjelaskan semester responden, semester terbanyak pada pengikut akun bernuansa Islami aplikasi Line yaitu semester 5 dan 7 dari seluruh fakultas di Universitas Islam Bandung dengan jumlah 20 orang (40%) masing-masing dari kedua semester tersebut. Terbanyak kedua dari semester 3 dengan jumlah 8 orang (16%).

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa semester 5 dan 7 merupakan mayoritas pengguna Akun bernuansa Islami pada aplikasi Line. Hal ini menandakan antusias semester 5 dan 7 lebih besar dibanding semester lainnya dalam mengakses akun bernuansa Islami tersebut.

**Tabel 03**  
**Jenis Kelamin Responden**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Perempuan	34	68
Laki-laki	16	32
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dari jumlah responden laki-laki, di mana jumlah responden perempuan sebanyak 34 orang (68%), sedangkan responden laki-laki sebanyak 16 orang atau 32%.

Data di atas menunjukkan bahwa jumlah pengikut perempuan pada akun bernuansa Islami aplikasi Line mencapai lebih dari 2/3. Lebih besarnya responden perempuan dibandingkan laki-laki disebabkan keaktifannya dalam mengakses akun tersebut. Hal ini dapat terjadi karena laki-laki lebih banyak menyibukkan diri di organisasi-organisasi internal dan eksternal kampus. Hal ini diperkuat pula oleh jumlah pengurus laki-laki di BEMU Unisba yang lebih banyak dari perempuan.

**Tabel 04****Asal Sekolah Responden**

<b>Asal Sekolah</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
SMA	36	72
MA	6	12
Pesantren	5	10
SMA IT/SMK	2	4
PT	1	2
<b>Total</b>	50	100

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Berdasarkan tabel di atas tampak bahwa 36 orang (72%) dari responden berasal dari Sekolah Menengah Atas (SMA) sebelum masuk Unisba. Responden dengan tingkat pendidikan Madrasah Aliyah (MA) sebanyak 6 orang (12%). Dan responden dengan asal sekolah Pesantren sebanyak 5 orang atau 10%.

Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan asal sekolah SMA memiliki keinginan untuk belajar agama dengan mendapatkan informasi Islami secara rutin dari akun bernuansa Islami tersebut.

Tabel 05

## Nama Akun Bernuansa Islami

No	Akun-1			Akun-2			Akun-3			Akun-4		
	Nama Akun	frekuensi	%	Nama Akun	frekuensi	%	Nama Akun	frekuensi	%	Nama Akun	frekuensi	%
1	Berdakwah	17	34	Berdakwah	6	12	Dakwah Islam	1	2	Berdakwah	1	2
2	Dakwah Islam	13	26	Dakwah Islam	5	10	Love Islam	3	6	Dakwah Islam	1	2
3	Islami	1	2	Love Islam	9	18	All about Islam	3	6	Teladan Rasulullah	3	6
4	Love Islam	3	6	All about Islam	2	4	Teladan Rasulullah	3	6			
5	Teladan Rasulullah	5	10	Teladan Rasulullah	3	6	Dunia Hijab	4	8			
6	Dunia Jilbab	3	6	Dunia Jilbab	1	2	Motivasi Do'a	1	2			
7	Hijrah	2	4	Hijrah	3	6						
8	Dakwah Muslimah	3	6									
9	Remaja Islam	1	2									
10	Ma'rifatullah	1	2									
11	Jokes Halal	1	2									
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>58</b>	<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>10</b>

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 29 orang (58%) mengikuti 2 (dua) akun, sedangkan sebanyak 15 orang (30%) mengikuti 3 (tiga) akun dan 5 orang (10%) mengikuti 4 (empat) akun bernuansa Islami pada aplikasi Line. Namun, mayoritas responden mengikuti 1 (satu) akun bernuansa Islami.

Hal ini dapat terjadi, karena Aplikasi Line memberi layanan tersebut dimana setiap orang dapat menambah akun resmi (*official account*) yang dia ikuti sebagaimana pengguna dapat menambah pertemanan pada akun pribadi seseorang.

## 2. Sumber Pengetahuan Tentang Akun Bernuansa Islami

Berikut ini adalah data responden mengenai sumber yang menginformasikan kepada mereka untuk mengakses akun-akun bernuansa Islami pada aplikasi Line, tempat untuk mereka mengakses dan waktu akses.

### a. Pemberi Informasi Tentang Akun

**Tabel 06**  
**Pemberi Informasi Akun**

<b>Pemberi Info</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sendiri	25	50
Teman	24	48
Orang Tua	1	2
<b>Total</b>	50	100

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Tabel di atas menunjukkan bahwa setengah responden (50%) mendapatkan informasi mengenai akun bernuansa Islami untuk diakses dari mereka sendiri. Dan terbanyak kedua dari teman sebanyak 24 orang (48%).

Mendapat informasi dari mereka sendiri artinya bahwa mereka mendapatkan *recommendation account* (tawaran menambah pertemanan) yang terdapat pada aplikasi Line sendiri. Sedangkan informasi dari teman disebabkan teman mereka menyebarkan informasi-informasi dari akun bernuansa Islami tersebut dan akan muncul pada *timeline*. Sehingga ada kemungkinan untuk menambah akun resmi bernuansa Islami tersebut.

## b. Tempat Mengakses Akun

**Tabel 07**  
**Tempat Akses**

Tempat	Frekuensi	Persentase (%)
Rumah	15	30
Kampus	2	4
Kembaraan Umum	1	2
Rumah+kampus	20	40
Lainnya	12	24
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Data di atas memperlihatkan bahwa mayoritas responden mengakses akun tersebut di rumah dan kampus dengan jumlah 20 orang (40%). Sedangkan terbanyak kedua, responden mengakses akun tersebut di rumah dengan jumlah 15 orang (30 %). Dan terbanyak ketiga, responden mengakses akun di mana saja.

Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden mengakses di rumah dan kampus karena dua tempat inilah yang paling sering dikunjungi oleh responden. Dan yang kedua di rumah, mengingat rumah merupakan tempat istirahat dari segala kegiatan dan jarang sekali disibukkan dengan pekerjaan di dalamnya. Kemudian ketiga pada tempat lainnya, artinya responden dapat mengakses di mana saja sesuai dengan kesempatan untuk mengakses akun tersebut.



### c. Waktu Mengakses Akun

**Tabel 08**  
**Waktu Akses**

Waktu	Frekuensi	Persentase (%)
Pagi	3	6
Istirahat siang	3	6
Sore	1	2
Malam	10	20
Pagi+Istirahat siang	1	2
Pagi+malam	4	8
Istirahat siang+malam	3	6
Kapan saja	25	50
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Tabel di atas menunjukkan bahwa setengah responden (50%) menyatakan bahwa mereka mengakses Akun bernuansa Islami kapan saja. Kedua, sebanyak 10 orang (20%) mengakses pada malam hari. Dan ketiga, sebanyak 4 orang (8%) menyatakan pada waktu pagi dan malam hari.

Terbanyak pertama menjelaskan bahwa pengaksesan Akun tersebut dapat dilakukan oleh responden sewaktu-waktu. Kedua, pada malam hari merupakan waktu istirahat dari segala kegiatan. Dan ketiga, pada pagi hari merupakan waktu sebelum melakukan segala aktifitas sehingga kemungkinan dalam mengakses akun pada pagi dan malam hari lebih besar.

## B. Analisis Deskriptif Data Penelitian

Analisis deskriptif data penelitian adalah analisis yang berkaitan langsung dengan data-data penelitian yang bersumber dari angket yang peneliti sebar. Isinya menggambarkan jawaban responden mengenai intensitas penggunaan Akun bernuansa Islami pada aplikasi Line yang terdiri dari Durasi penggunaan Akun bernuansa Islami, Frekuensi penggunaan akun bernuansa Islami dan Isi pesan Akun bernuansa Islami tersebut yang keseluruhannya ini termasuk pada variabel X, kemudian sikap beragama mahasiswa Unisba yang mencakup aspek kognitif, afektif dan konatif termasuk pada variabel Y.

Dalam hal ini peneliti menggunakan skala pengukuran ordinal bagi variabel X dan variabel Y. Untuk mengetahui data penelitian ini penulis mengajukan beberapa pertanyaan untuk variabel X dan beberapa pernyataan sikap pada variabel Y. Pada pertanyaan variabel X bersifat terbuka artinya responden mengisi sesuai dengan yang mereka alami. Sedangkan pernyataan pada variabel Y peneliti menggunakan skala Likert. Pada skala ini, peneliti harus merumuskan sejumlah pernyataan mengenai suatu topik tertentu, dan responden diminta memilih apakah ia sangat setuju, setuju, ragu/ragu/tidak tahu/netral, tidak setuju atau sangat tidak setuju dengan berbagai pernyataan tersebut. Setiap pilihan jawaban memiliki bobot yang berbeda, dan seluruh jawaban responden dijumlahkan berdasarkan bobotnya sehingga menghasilkan suatu skor tunggal mengenai suatu topik tertentu<sup>66</sup>.

---

<sup>66</sup>Morrisan, dkk, 2012, *Metode Penelitian Survei*, Kencana, Jakarta; hlm 88

## 1. Intensitas Penggunaan Akun Bernuansa Islami pada Aplikasi Line

**Tabel 09**

### Frekuensi Penggunaan Akun

Penggunaan	Frekuensi	Persentase (%)
Kurang dari 5 kali	8	16
5 kali-10 kali	20	40
Lebih dari 10 kali	22	44
<b>Total</b>	50	100

(Sumber : Penelitian Arina H.H., 2016)

Tabel di atas menjelaskan bahwa frekuensi penggunaan akun pada responden terbanyak sejumlah 22 orang (44%) dengan penggunaan lebih dari 10 kali dalam sebulan. Selanjutnya, sejumlah 20 orang (40%) menyatakan bahwa mereka mengakses akun bernuansa Islami 5 hingga 10 kali.

Hal ini menandakan bahwa pengaksesan akun bernuansa Islami dapat terjadi minimal seminggu 3 kali hingga setiap hari dalam seminggu. Penggunaan akun tersebut dengan frekuensi tinggi merupakan hal yang wajar melihat pengaksesannya dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja.

**Tabel 10**  
**Durasi Penggunaan Akun**

Durasi/bulan	Frekuensi	Persentase (%)
Kurang 30 menit	12	24
30 menit-59 menit	31	62
60 menit-90 menit	5	10
Lebih dari 90 menit	2	4
<b>Total</b>	50	100

(Sumber : Penelitian Arina H.H., 2016)

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 31 orang (62%) menyatakan penggunaan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line selama 30 menit-59 menit. Sedangkan sebanyak 12 orang menyatakan kurang dari 30 menit dalam mengaksesnya. Dan sebanyak 5 orang (10%) menyatakan 60 menit-90 menit mereka mengakses akun-akun tersebut.

Hal ini menandakan bahwa mayoritas pengguna hanya mengakses akun tersebut dalam waktu singkat dengan kemungkinan minimal 1 menit per-hari. Artinya, pengaksesan akun-akun tersebut merupakan kegiatan kebetulan dengan maksud jika informasi akun tertera di *timeline* maka mereka akan membaca, dan sebaliknya. Sedangkan dengan pengaksesan 30 hingga 59 menit artinya mereka mengakses dengan minimal kemungkinan lebih dari 1 menit. Mereka membaca di *timeline* kemudian membuka akun-akun tersebut dan membaca materi lebih banyak.

**Tabel 11**  
**Isi Pesan Akun Bernuansa Islami**

<b>Materi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Kesementaraan Dunia	1	2
Jihad	4	8
Shalat	3	6
Shaum	6	12
Infaq dan Shadaqah	1	2
Pacaran	2	4
Sabar	5	10
Ghibah	6	12
Hijab	5	10

Orang tua	2	4
Belajar Agama	6	12
Percaya Diri	2	4
Dzikir	1	2
Silaturahmi	2	4
Adab	1	2
Optimisme Hidup	3	6
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Dari tabel di atas menggambarkan bahwa materi mengenai *shaum*, *ghibah* dan belajar agama adalah materi terbanyak yang diakses oleh responden dengan persentase 12% pada setiap materi. Sedangkan materi yang diakses paling sedikit oleh responden yaitu kesementaraan dunia, infaq sedekah, dzikir dan adab dengan presentase 2% setiap materi.

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki keinginan untuk belajar agama dan menjadi pribadi yang lebih baik. Sehingga materi-materi di atas banyak diakses oleh responden.

**Tabel 12**  
**Manfaat Akun**

<b>N0</b>	<b>Manfaat</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	Menambah wawasan keislaman	26	52
2.	Menimbulkan perasaan bahagia/senang	1	2
3.	Isinya akan dijalankan di kemudian hari	4	8
4.	Menambah wawasan+referensi	2	4
5.	Menambah wawasan+referensi+perasaan bahagia+diamalkan	9	18
	Menambah wawasan+rasa		
6.	bahagia/senang	1	2
7.	Wawasan+diamalkan	7	14
<b>Total</b>		<b>50</b>	<b>100</b>

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Data responden di atas menunjukkan bahwa 26 orang (52%) menyatakan bahwa manfaat dari mengakses akun bernuansa Islami adalah menambah wawasan keislaman. Sebanyak 9 orang (18%) menyatakan bahwa materi-materi tersebut bermanfaat untuk menambah wawasan keislaman, menjadi referensi perkuliahan, menjadikan perasaan bahagia dan dapat diamalkan di kemudian hari. Sedangkan 7 orang (14%) menyatakan bahwa materi-materi tersebut bermanfaat untuk menambah wawasan dan dapat diamalkan saja.

Hal ini menggambarkan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa materi-materi tersebut hanya menambah pengetahuan tentang Islam pada diri mereka. Namun sebagian responden menganggap bahwa dengan mengakses akun bernuansa Islami ini dapat menimbulkan rasa bahagia dan materi-materi tersebut dapat diamalkan. Informasi yang masuk dalam pikiran mereka akan mempengaruhi sikap mereka terhadap nilai-nilai Islam.

Tabel 13

## Media Lain yang Diakses untuk Informasi Keislaman

No	Media	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Televisi	11	22
2.	Koran/Majalah	2	4
3.	Majlis Taklim di Masjid/Tempat Lain	11	22
4.	Diskusi dengan Teman-teman	14	28
5.	Televisi+Majlis Taklim	1	2
6.	Televisi+Majlis Taklim+Diskusi	5	10
7.	Televisi+Diskusi	5	10
8.	Majlis Taklim+Diskusi	1	2
<b>Total</b>		50	100

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Tabel di atas menunjukkan bahwa 14 orang (28%) menyatakan bahwa mereka berdiskusi dengan teman-teman untuk menambah wawasan keislaman. Sebanyak masing-masing 11 orang (22%) menyatakan bahwa mereka mengakses Televisi dan mendatangi majlis taklim.

Hal ini menandakan bahwa sebagian besar responden tidak mengakses media apapun ataupun pergi ke majlis taklim. Penggunaan media Televisi, majalah atau koran berada di bawah persentase diskusi dengan teman. Ini berarti bertemu dengan teman merupakan cara yang paling efisien bagi mahasiswa jika dibanding dengan mendatangi majlis taklim ataupun menyaksikan media lain yang sangat membutuhkan waktu. Berdiskusi juga merupakan komunikasi dua arah sehingga terjadi pertukaran ide untuk menambah informasi.

## 2. Sikap Beragama Mahasiswa Unisba

Kategori menurut per-individu:

$$\text{Skore maksimum} = 4 \times 36 = 144$$

$$\text{Skore minimum} = 1 \times 36 = 36$$

$$\text{Range} = \frac{144 - 36}{3} - 1 = 36 - 1 = 35$$

Berdasarkan  $\text{range} = 35$ , maka kategori sikap tiap responden adalah:

Skor	Kategori Sikap
36 - 71	Kurang Baik
72 - 107	Baik
108 - 144	Sangat baik



Maka dari perhitungan terhadap sikap responden, hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 14**  
**Sikap Beragama**

<i>Range</i>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
36-71 (Kurang Baik)	1	2
72-107 (Baik)	7	14
108-144 (Sangat Baik)	42	84
<b>Total</b>	50	100

(Sumber: Penelitian Arina H.H., 2016)

Data di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki sikap sangat baik yaitu sejumlah 42 orang (84%). Sedangkan 7 orang (14%) dicatat baik. Dan 1 orang (2%) tidak baik.

Hal ini berarti mayoritas mahasiswa Unisba memiliki sikap sangat baik berdasarkan materi-materi yang sesuai dengan Akun bernuansa Islami. Untuk aspek-aspek sikap yaitu kognitif, afektif dan konatif, peneliti telah menelitinya secara rinci (*Terlampir*). Berdasarkan skor maksimal dan minimal seluruh responden maka:  $Range = \frac{720 - 180}{3} - 1 = 179$ , jadi:

<b>Skor seluruh responden</b>	<b>Kategori sikap</b>
180 - 360	Kurang Baik
361 - 540	Baik
541 - 720	Sangat Baik

Berdasarkan perhitungan jumlah skore sikap **seluruh responden** adalah **6285**. Jadi, jika ditinjau secara bersama seluruh responden maka kategori sikapnya adalah **Sangat Baik**.

### C. Analisis Statistik Data Penelitian

Pengujian sub hipotesis dilakukan dengan menggunakan rumus Spearman 'rho yaitu:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Adapun yang akan diuji pada penelitian ini sebanyak 3 sub hipotesis. Dimulai dari intensitas penggunaan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line yang mencakup durasi penggunaan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line, frekuensi penggunaan akun dan Isi pesan akun tersebut.

#### 1. Hubungan antara Frekuensi dan Durasi Penggunaan Akun dengan Sikap Beragama Mahasiswa

**Tabel 15**

**Hubungan antara Frekuensi dan Durasi Penggunaan Akun dengan Sikap Beragama Mahasiswa**

	Jumlah skor pernyataan sikap	Durasi/bulan =frek /blx durasi
--	------------------------------	--------------------------------

Spearman's rho	Jumlah skor pernyataan sikap	Correlation	1.000	.592**
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	50	50
	Durasi/bulan=frek /blx durasi	Correlation	.592**	1.000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel di atas menunjukkan skor korelasi antara intensitas penggunaan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line dengan sikap beragama mahasiswa Unisba adalah 0,592 artinya hubungan dua variabel sedang. Namun, ini dapat dikatakan sangat signifikan, apabila intensitas meningkat maka sikap beragama akan meningkat dan sebaliknya.

## 2. Hubungan antara Isi Pesan Akun Bernuansa Islami dengan Sikap Mahasiswa Unisba

Akun bernuansa Islami memang konsen dalam menyiarkan nilai-nilai Islam pada pengikutnya. Seperti jarum suntik, efek yang diberikan dapat mempengaruhi sikap seseorang. Dapat dilihat pada tabel 11, materi yang banyak diakses oleh responden adalah *shaum*, *ghibah* dan belajar agama. Hal ini

menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki keinginan dalam memperdalam atau sekedar mengenal nilai-nilai Islam di kehidupannya. Ditinjau dari aspek kognitif, afektif dan konatif yang signifikan, isi pesan memiliki hubungan positif dengan sikap beragama mahasiswa Unisba. Namun, tentu saja isi pesan ini akan sampai pada pengikut sesuai dengan tinggi rendahnya intensitas penggunaan akun ini.

### 3. Pengujian Sub Hipotesis

#### a. Pengujian Sub Hipotesis Pertama

$H_0$  : Tidak ada hubungan yang positif antara durasi penggunaan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line dengan sikap mahasiswa Unisba.

$H_1$  : Ada hubungan yang positif antara durasi penggunaan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line dengan sikap mahasiswa Unisba.

Dari tabel 0 menunjukkan bahwa hubungan antara sikap beragama mahasiswa (Y) dengan durasi penggunaan akun bernuansa Islami (X) diukur dengan korelasi Spearman adalah  $r_s = 0,592$  artinya hubungan antara dua variabel tersebut sangat signifikan (ada tanda ‘dua bintang’) yang dikuatkan dengan statistik bahwa  $P(0,0) < \alpha(0,01)$ .

#### b. Pengujian Sub Hipotesis Kedua

$H_0$  : Tidak ada hubungan yang positif antara frekuensi penggunaan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line dengan sikap mahasiswa Unisba.

$H_1$  : Ada hubungan yang positif antara frekuensi penggunaan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line dengan sikap mahasiswa Unisba.

Pada hipotesis kedua, pengujian dilakukan sama halnya dengan hipotesis pertama. Diukur dengan spearman rho', hasil korelasi nya adalah 0,592 artinya terdapat hubungan yang sangat signifikan antara frekuensi penggunaan akun bernuansa Islami dengan sikap beragama mahasiswa Unisba.

### c. Pengujian Sub Hipotesis Ketiga

$H_0$  : Tidak ada hubungan yang positif antara Isi pesan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line dengan sikap mahasiswa Unisba.

$H_1$  : Ada hubungan yang positif antara Isi pesan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line dengan sikap mahasiswa Unisba.

Hipotesis ketiga diuji melalui analisis deskriptif dari data penelitian yang telah disebar pada responden dan melalui korelasi spearman rho' menunjukkan bahwa hubungan antara isi pesan akun bernuansa Islami pada aplikasi Line dengan sikap beragama mahasiswa Unisba signifikan, dengan hubungan antara dua variabel lemah dengan  $rs=0,546^{**}$ .

### D. Interpretasi Pengujian sub Hipotesis

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian statistik dengan uji statistik "Spearman" terhadap 3 hipotesis, diperoleh keterangan yang menjelaskan sub hipotesis tersebut :

1. Analisis pertama, Ada hubungan positif antara durasi penggunaan akun bernuansa Islami dengan sikap beragama mahasiswa Unisba.
2. Analisis kedua, Ada hubungan positif antara frekuensi penggunaan akun bernuansa Islami dengan sikap beragama mahasiswa Unisba.

3. Analisis ketiga, Ada hubungan positif antara Isi Pesan akun bernuansa Islami dengan sikap beragama mahasiswa Unisba.

Teori jarum hipodermik menyatakan bahwa media massa mampu memasukkan ide-ide pada benak komunikan yang tidak berdaya. Efek media sampai kepada pengguna akun bernuansa Islami tersebut dengan perlahan namun sangat ampuh. Tentunya, kecepatan efek yang mempengaruhi pengguna sesuai dengan intensitas penggunaan. Efek tersebut menimpa pengguna yang cenderung pasif dan kurang lebih universal kepada semua pengguna. Namun, hal ini tidak 100% dibenarkan. Terkadang, pengguna akun bernuansa Islami tidak bersikap sesuai dengan yang diinginkan pada *posting* akun tersebut. Artinya, media ini belum menembak sesuai sasaran atau peluru meleset.

Pada penelitian ini, pengguna akun bernuansa Islami menjadikan isi pesan sebagai referensi dalam penambahan pemahaman tentang nilai-nilai Islam. Mayoritas pengguna akun tersebut pada mahasiswa Unisba memiliki latar pendidikan sekolah dari Sekolah Menengah Umum (SMU) yang dapat dikatakan bahwa ajaran Islam tidak diajarkan secara intensif. Informasi yang disebarkan harus memiliki esensi nilai-nilai Islam sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah. Pengguna akun tersebut yang dinilai pasif lambat laun akan tersuntik dengan mengakses informasi-informasi yang tersebar. Sehingga kepercayaan mereka akan menghasilkan suatu sikap terhadap objek tertentu.

Pada materi mengenai *silaturahmi*, validitasnya mencapai 0,676\*\* dengan pernyataan bahwa *silaturahmi* memperbanyak rezeki. Hal ini menandakan bahwa apa yang *diposting* oleh akun bernuansa Islami menyuntik secara perlahan kepada

para pengguna. Namun, beberapa peluru meleset bila dilihat dari angka validitas yang tidak mencapai angka 1. Materi mengenai *silaturahmi* memperbanyak rezeki *diposting* sebanyak 3 kali dalam 3 hari. Akun tersebut menyuntik pengguna sesuai dengan durasi dan intensitas penggunaannya.

Pada teori Kultivasi menyatakan bahwa media massa menanamkan cara pandang yang sama terhadap realitas dunia kepada khalayak. Teori ini juga beranggapan bahwa media massa sebagai agenda sosialisasi dan dapat mempengaruhi pandangan pengguna tergantung pada analisis isi (*content analysis*) dan analisis khalayak (*audience research*). Nilai-nilai yang tersebar bahkan membentuk nilai tertentu, walaupun pengaruhnya tidak muncul tiba-tiba melainkan bersifat kumulatif dan tidak langsung. Nilai yang tertanam dalam pikiran pengguna akan menjadi budaya dan pandangan tersendiri baginya. Dan lambat laun penggunaan akun bernuansa Islami dengan jangka panjang dan intensitas tinggi akan membentuk pandangan pengguna terhadap objek materi, dan akan terbentuk sikap dalam menghadapi objek tersebut dalam kehidupannya. Maka dalam teori Kultivasi ini menjelaskan ada hubungan antara terpaan isi pesan dengan keyakinan dan sikap khalayak.

Dalam penelitian ini, isi pesan akun yang berdasarkan atas nilai-nilai Islam menanamkan pemahaman dan persepsi terhadap ajaran Islam. Pembentukan pemahaman tentang Akhirat misalnya, akun ini membentuk persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai hal ini bahwa akhirat merupakan tempat di mana terjadi pembalasan untuk seluruh umat manusia atas amalan yang dilakukan semasa hidup di dunia. Sehingga pengguna meyakini bahwa dunia adalah ladang

untuk menuju akhirat yang baik. Dan hal itu juga akan terlihat pada materi-materi yang lain bagaimana membentuk persepsi pada khalayak. Pada hakikatnya, apa yang mereka akses sebagai hasil dari mengonsumsi pesan akun dalam jangka panjang. Pengguna akan memiliki, menambah bahkan mempengaruhi cara pandang terhadap nilai-nilai Islam sejalan dengan apa yang mereka baca pada akun-akun bernuansa Islami tersebut. Ini menandakan bahwa materi-materi yang disajikan oleh akun bernuansa Islami tersebut mempengaruhi pengaksesnya sesuai dengan intensitas terpapar Isi pesan. Hal ini juga akan mempengaruhi keyakinan dan sikap khalayak.

Media mempengaruhi pengguna secara signifikan hanya terjadi kepada pengguna berat. Dan kemungkinan kecil mempengaruhi pengguna ringan. Pengguna berat dalam teori Kultivasi adalah pengguna media dengan minimal 4 jam perhari dalam penggunaan. Dalam penelitian ini, sebagian besar pengguna akun bernuansa Islami mengakses akun tersebut selama 30-59 menit dengan frekuensi lebih dari 10 kali penggunaan dalam sebulan. Tentu durasi ini masih jauh di bawah durasi pengguna berat pada teori Kultivasi. Namun, sikap beragama mahasiswa Unisba dikatakan sangat baik dengan intensitas tersebut. Bila intensitas penggunaan akun bernuansa Islami dapat melebihi durasi dan frekuensi penggunaan saat ini, maka akan terdapat peningkatan terhadap sikap beragama mahasiswa Unisba pula. Akun bernuansa Islami tersebut memang tidak diakses dengan durasi berjam-jam setiap kali akses. Namun, intensitas membuka aplikasi Line mahasiswa yang tinggi saat ini menjadikan mereka sengaja atau tidak, membaca berbagai *posting-an* pada *timeline* dari akun-akun tersebut. Sedangkan



akun bernuansa Islami tersebut biasa menyebarkan informasi maksimal 2 jam sekali. Ini menandakan bahwa akan banyak informasi Islami tersebar pada *timeline* pengguna dalam sehari yang siap untuk dibaca oleh kalangan manapun. Sehingga akun ini dapat mengumpulkan kelompok-kelompok yang berbeda dalam lapisan masyarakat pada sebuah persepsi dan budaya tertentu.

Sedangkan pada model studi Yale dilihat dari proses komunikasi massa yang dilakukan oleh akun-akun tersebut dengan menyampaikan informasi, intelegensi, dan pesan pada setiap *posting*, dan kemudian siap diakses oleh pengikutnya. Efek dari komunikasi ini akan merubah sikap sesuai dengan penerimaan, perhatian, dan pemahaman pengguna. Jadi, semakin pengguna menerima, memperhatikan, dan memahami isi pesan maka semakin pesan tersebut berpengaruh pada sikapnya. Pengaksesan akun dengan durasi yang relatif singkat setiap aksesnya akan menetap dalam memori dengan terus dilakukan. Memori singkat tersebut akan menjadi memori panjang yang siap digunakan di kemudian hari. Sehingga pengguna akan merefleksikan sikap tersebut kala dia menghadapi objek tertentu.

Dalam penelitian ini, skor setiap pernyataan penelitian banyak ditemukan tidak sampai pada angka 1. Ini menandakan tidak semua pengguna memahami, memberikan perhatian lebih, bahkan menerima isi pesan pada akun bernuansa Islami tersebut. Misalnya pada pernyataan mengenai menutup aurat. Yang menyatakan setuju dengan kewajiban menutup aurat sesuai dengan *posting* an akun tersebut merupakan mayoritas, namun di sisi lain beberapa responden menyatakan tidak setuju dikarenakan hal-hal yang tidak sesuai dengan

pemahamannya atau bahkan tidak menerima pernyataan tersebut. Begitu juga pada materi-materi akun lainnya. Hal ini sangat dipengaruhi oleh dorongan mahasiswa secara individu berdasarkan minat, perhatian dan pemahamannya. Dengan beragam latar belakang pendidikan yang didapat oleh mahasiswa juga menjadi faktor terjadinya perbedaan persepsi dan sikap. Sikap yang berbeda-beda terhadap materi objek pada akun bernuansa Islami tersebut akan diperkuat dengan perhatian mendalam serta pemahamannya.

