

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh pesan dakwah terhadap religiusitas followers akun instagram @halimahalaydrus serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pesan dakwah pada akun instagram @halimahalaydrus terhadap religiusitas para followers. Penelitian kuantitatif menggunakan metode deskriptif dan variabel kausal bebasnya adalah pengaruh pesan dakwah di Instagram @halimahalaydrus dan variabel yang terikatnya adalah “religiusitas para pengikut. Skala Likert yang digunakan dalam investigasi skala ini pada populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan followers dari akun instagram @halimahalaydrus berjumlah 1,1 juta followers dengan teknik sampling non-probability sampling yang mengumpulkan sampelnya berupa followers wanita akun instagram @halimahalaydrus menggunakan rumus solvin menjadi 400. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data menggunakan pengujian Uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji heteroskedasitas menggunakan uji glesjer serta analisis korelasi menggunakan Pearson Product Moment. Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier sederhana dengan koefisien koefisien determinasi dengan uji hipotesis menggunakan uji-t. Hasil penelitian ini menunjukkan t-hitung 12,816 lebih besar dibandingkan t-tabel yaitu sebesar 10,534, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa variabel pesan dakwah (X) berpengaruh terhadap variabel Religiusitas (Y). Pada koefien determinasi (R²) diperoleh sebesar 0,461. Angka tersebut menunjukkan adanya pengaruh pesan dakwah akun Instagram @halimahalaydrus terhadap religiusitas para followers sebesar 46,1%.

Kata Kunci: Dakwah, Religiusitas, Komunikasi, Influencer