



**PENGARUH MEDIA SOSIAL WATTPAD TERHADAP
PERILAKU KEAGAMAAN KARYAWAN *WRITER*
*AGENCY READERZEN***

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelara Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

DONNA ELVARETA SUBIAKTO

NIM. B71218055

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

2021

PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Donna Elvareta Subiakto

NIM : B71218055

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Pengaruh Media Sosial Wattpad Terhadap Perilaku Keagamaan Karyawan *Writer Agency* READERZEN** benar-benar hasil karya sendiri, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 23 Desember 2021



Donna Elvareta Subiakto
NIM B71218055

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Donna Elvareta Subiakto
NIM : B71218055
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Wattpad Terhadap
Perilaku Keagamaan Karyawan *Writer Agency*
READERZEN

Skripsi oleh Donna Elvareta Subiakto ini disetujui dan siap untuk
diuji.

Surabaya, 23 Desember 2021

Pembimbing,



Drs. Prihananto, M. Ag
NIP. 196812301993031003

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL WATTPAD TERHADAP
PERILAKU KEAGAMAAN KARYAWAN *WRITER AGENCY*
READERZEN

SKRIPSI

Donna Elvareta Subiakto
B71218055

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 5 Januari 2022

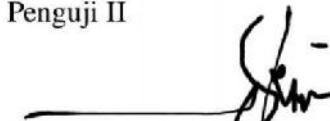
Tim Penguui

Penguji I



Drs. Prihananto, M.Ag.
NIP. 196812301993031003

Penguji II



Lukman Hakim, S.Ag., M.Si., MA
NIP. 197308212005011004

Penguji III



Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I
NIP. 196912192009011002

Penguji IV




Dr. Hj. Luluk Zuhriyah, M.Ag
NIP. 196912041997032007

Surabaya, 5 Januari 2022

Dekan,




Abdul Halim, M.Ag
196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Donna Elvareta Subiakto
NIM : B71218055
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : donnaelvareta@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency*
READERZEN

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 April 2022

Penulis

(Donna Elvareta Subiakto)

ABSTRAK

Donna Elvareta Subiakto, 2021. *Pengaruh Media Sosial Wattpad Terhadap Perilaku Keagamaan Karyawan Writer Agency READERZEN.*

Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu: (1) Apakah media sosial Wattpad berpengaruh terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency READERZEN*? (2) Sejauh mana pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency READERZEN*?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif kausal dengan menjadikan karyawan *Writer Agency READERZEN* sebagai sampelnya. Teknik sampel yang digunakan yaitu teknik penelitian populasi, teknik pengambilan sampel di mana jumlah sampel sama dengan jumlah populasi. Hal ini digunakan jika jumlah populasi relatif kecil kurang dari 30 orang. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *kuesioner* (angket), observasi, wawancara dan dokumentasi. Uji validitas diperoleh dari hasil analisis pengukuran instrumen menggunakan skala ordinal. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Pengolahan data menggunakan *SPSS versi 26 for windows* dengan analisis data Tau Kendall.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency READERZEN* dengan nilai *Correlation Coefficient* sebesar 0,485, yang berarti sifat korelasinya sedang.

Kata Kunci:

Media Sosial, Wattpad, Perilaku Keagamaan

ABSTACT

Donna Elvareta Subiakto, 2021. The Influence of Watsapp Social Media on Religious Behavior of Writer Agency READERZEN Employees.

The problems that will be studied in this research are: (1) Does Watsapp social media affect the religious behavior of Writer Agency READERZEN employees? (2) What is the influence of Watsapp social media on the religious behavior of Writer Agency READERZEN employees?

This research used a quantitative approach and a causal associative type of research by using Writer Agency READERZEN employees as the sample. The sampling technique used is a population research technique, a sampling technique in which the number of samples is equal to pulation. It is used if the population is relatively small, less than 30 people. The data in this study is obtained using the methods of questionnaires, observation, interviews, and documentation. The validity test came from an analysis of the instrument measurement using an ordinal scale. Reliability test using Cronbach's Alpha formula. Data processing uses *SPSS version 26 for windows* with Tau Kendall data analysis.

The results of the study indicate that there is a positive relationship between the influence of Watsapp social media on the religious behavior of Writer Agency READERZEN employees with a Correlation Coefficient value of 0.485, which means that the correlation is moderate.

Keywords:

Social Media, Watsapp, Religious Behavior

مستخلص البحث

دونا إلفاريتا سوبيباكتو، 2021. تأثير وسيلة التواصل الاجتماعي واتباد (Wattpad) على السلوك الديني لموظفي وكالة الكاتب ريديرزين (*READERZEN*) كانت المشكلتان المدروستان في هذا البحث (1) هل تؤثر وسيلة التواصل الاجتماعي واتباد (Wattpad) على السلوك الديني لموظفي وكالة الكاتب ريديرزين (*READERZEN*)؟ (2) على أي مدى تأثير وسيلة التواصل الاجتماعي واتباد (Wattpad) على السلوك الديني لموظفي وكالة الكاتب ريديرزين (*READERZEN*)؟

من الجدير بالذكر، يستخدم هذا البحث العلمي مدخلا كمياً ونوعاً ارتباطاً سببياً من جعل موظفي وكالة الكاتب ريديرزين (*READERZEN*) عينة وأما تقنية أخذ العينات المستخدمة هي تقنية بحث سكانية وهي عبارة عن تقنية أخذ عينات يكون فيها عدد العينات في نفس النسبة مع عدد السكان. يتم استخدامه إذا كان عدد السكان صغيراً نسبياً أقل من 30 شخصاً. بجانب ذلك، تم الحصول على البيانات في هذا البحث باستخدام طرق الملاحظة والمقابلة والاستبانة والتوثيق كما تم الحصول على اختبار الصلاحية من نتائج تحليل قياسات الجهاز باستخدام مقياس ترتيبي. اختبار الموثوقية باستخدام صيغة ألفا كرونباخ (*Alpha Cronbach*). بجانب ذلك، كانت معالجة البيانات باستخدام *SPSS versi 26 for windows* مع تحليل بيانات لنموذج تو كيندال (*Tau Kendall*)

حصل هذا البحث على النتائج القائلة بأن هناك علاقة إيجابية بين تأثير تأثير وسيلة التواصل الاجتماعي واتباد (Wattpad) على السلوك الديني لموظفي وكالة الكاتب ريديرزين (*READERZEN*) بقيمة معامل الارتباط 0.485 ، مما يعني أن الارتباط متوسط.

الكلمات المفتاحية وسيلة التواصل الاجتماعي، واتباد ، السلوك الديني.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Operasional	7
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN TEORETIK	11
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	11
B. Kerangka Teori	13
1. Teori <i>Uses and Effect</i>	13

2.	Media Sosial Wattpad.....	17
3.	Perilaku Keagamaan	21
4.	Kerangka Berfikir	33
C.	Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B.	Lokasi Penelitian	35
C.	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	35
D.	Instrumen Penelitian.....	38
E.	Variabel dan Indikator Penelitian.....	38
F.	Tahap-Tahap Penelitian	41
G.	Teknik Pengumpulan Data	43
H.	Teknik Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	45
I.	Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN		51
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	51
1.	<i>Writer Agency</i> READERZEN	51
2.	Media Sosial Wattpad milik Karyawan <i>Writer Agency</i> READERZEN	54
B.	Penyajian Data.....	59
1.	Uji Validitas.....	59
2.	Uji Reliabilitas.....	61
3.	Tabel Frekuensi Jawaban Responden	63
C.	Pengujian Hipotesis.....	80

1.	Uji Normalitas <i>Shapiro-Wilk</i>	80
2.	Uji Korelasi Tau Kendall	82
D.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
1.	Perspektif Teoretis	83
2.	Perspektif Dakwah.....	91
BAB V PENUTUP.....		94
A.	Kesimpulan.....	94
B.	Saran dan Rekomendasi	94
C.	Keterbatasan Penelitian	95
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Populasi karyawan Writer Agency READERZEN.....	36
Tabel 3. 2 Skor penilaian pertanyaan.....	38
Tabel 3. 3 Kisi-kisi instrumen penelitian media sosial Watsapp..	41
Tabel 3.4 Kisi-kisi instrumen penelitian perilaku keagamaan.....	41
Tabel 3. 5 Makna Nilai Tau Kendall.....	49
Tabel 4. 1 Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
Tabel 4. 2 Data responden berdasarkan usia.....	59
Tabel 4. 3 Hasil validitas variabel media sosial Watsapp (X).....	60
Tabel 4. 4 Hasil validitas variabel perilaku keagamaan (Y).....	60
Tabel 4. 5 Reliabilitas variabel Media Sosial Watsapp (X).....	62
Tabel 4. 6 Reliabilitas variabel Perilaku Keagamaan (Y).....	62
Tabel 4. 7 Penggunaan Watsapp untuk menyalurkan hobi baca dan menulis.....	63
Tabel 4. 8 Penggunaan media sosial Watsapp untuk mencari informasi tambahan mengenai hak yang saya sukai.....	64
Tabel 4. 9 Penggunaan media sosial Watsapp untuk membantu dalam mengasah skill menulis.....	64
Tabel 4. 10 Dapat belajar menemukan solusi dalam memecahkan permasalahan kehidupan melalui cerita yang ada dalam Watsapp.....	65
Tabel 4. 11 Menggunakan media sosial Watsapp untuk mendapatkan teman diskusi dalam kesamaan hobi.....	66
Tabel 4. 12 Menggunakan media sosial Watsapp untuk mengisi waktu luang di sela-sela kegiatan saya.....	66
Tabel 4. 13 Menggunakan media sosial Watsapp satu minggu 3 kali.....	67
Tabel 4. 14 Mengakses media sosial Watsapp minimal 30 menit dalam sehari.....	68
Tabel 4. 15 Mengakses Aplikasi Watsapp melalui Smartphone..	68

Tabel 4. 16 Menggunakan media sosial Wattpad untuk mengikuti tren saat ini.....	69
Tabel 4. 17 Menggunakan media sosial Wattpad untuk mencari ilmu tambahan tentang keislaman yang tidak didapatkan secara formal.....	70
Tabel 4. 18 Menggunakan media sosial Wattpad untuk mencari cerita yang dapat mencontohkan perilaku baik dalam kehidupan sehari-hari.....	70
Tabel 4. 19 Materi dakwah dalam media sosial Wattpad tidak hanya pada genre spiritual, tetapi ada pada genre lain yang disampaikan secara tersirat.....	71
Tabel 4. 20 Menggunakan media sosial Wattpad sebagai media dakwah merupakan ide bagus karena mengikuti perkembangan zaman.....	72
Tabel 4. 21 Menyenukai cerita di Aplikasi Wattpad bertema dakwah karena banyak pesan moral.....	72
Tabel 4. 22 Keyakinan responden kepada Allah.....	73
Tabel 4. 23 Keyakinan responden bahwa amal baik dan buruk akan dicatat oleh malaikat.....	74
Tabel 4. 24 Keyakinan responden bahwa Al-Qur'an adalah kitab penyempurna dari kitab pendahulu sebagai pedoman hidup manusia.....	74
Tabel 4. 25 Keyakinan responden bahwa nabi Muhammad adalah nabi dan rasul penutup, yang menjadi suri tauladan bagi umat muslim.....	75
Tabel 4. 26 Keyakinan responden bahwa semua yang terjadi pada kita adalah ketentuan dari Allah SWT.....	75
Tabel 4. 27 Mengucapkan salam apabila bertemu dengan orang lain.....	76
Tabel 4. 28 Tidak menyukai hal yang bersifat boros dan menghambur-hamburkan uang.....	76

Tabel 4. 29 Merasa sedih jika terjadi konflik antar umat beragama.	77
Tabel 4. 30 Tidak memaksakan ajaran agama saya terhadap teman saya yang non muslim.	77
Tabel 4. 31 Mengakses video tentang agama yang terdapat di media sosial.	78
Tabel 4. 32 Membaca buku-buku bergenre agama/spiritual melalui internet	78
Tabel 4. 33 Mengikuti kegiatan keagamaan di lingkungan sosial maupun akun keagamaan di media sosial.	79
Tabel 4. 34 Tertarik mengikuti diskusi mengenai keagamaan di media sosial.	80
Tabel 4. 35 Uji Normalitas Shapiro-Wilk	80
Tabel 4. 36 Uji Korelasi Tau Kendall	82
Tabel 4. 37 Respon terhadap indikator variabel X	84
Tabel 4. 38 Presentase indikator variabel X	86
Tabel 4. 39 Respon terhadap indikator variabel Y	87
Tabel 4. 40 Presentase indikator variabel Y	90



 UIN SUNAN AMPEL
 S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	33
Gambar 3. 1 Populasi karyawan Writer Agency READERZEN.	36
Gambar 3. 2 Tahap penelitian kuantitatif.....	42
Gambar 4. 1 Logo Writer Agency READERZEN.....	52
Gambar 4. 2 Struktur organisasi Writer Agency READERZEN.	54
Gambar 4. 3 Tampilan media sosial Watsapp via smartphone	55



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi membawa tranformasi baru dalam dunia media. Salah seorang pakar komunikasi, Abdul Muis, menyebutkan, "... kemajuan teknologi komunikasi dan informasi menghadirkan aneka ragam media yang kian lama kian canggih dan memungkinkan segala macam kejadian."¹ Salah satu media tersebut yaitu media sosial. Media sosial adalah sebuah media online yang menghubungkan interaksi antar manusia untuk ikut serta memproduksi isi dalam dunia virtual.²

Umat muslim sebagai da'i memanfaatkan media sosial untuk penyampaian pesan dakwah kepada khalayak (mad'u) yang jauh tempatnya atau besar jumlahnya tanpa mengenal batas waktu.³ Dakwah tidak lagi mengharuskan kehadiran mad'u secara langsung, di masa modern ini dakwah dapat disampaikan menggunakan teknologi komunikasi dan informasi. Dengan begitu dakwah dapat terus ada dan berkembang meskipun melalui media, bahkan dapat memengaruhi perilaku keagamaan yang ditimbulkan oleh pesan dari media tersebut. Jika tidak

¹ Eni Murniati. Sejarah Komunikasi, Pengaruh Perkembangan Teknologi, diakses pada tanggal 5 Oktober 2021 dari <http://repository.uki.ac.id/2907/1/BahanAjar32019.pdf>.

² Irwan Sahaja. "Pengertian Media Sosial, Manfaat, dan Jenisnya", diakses pada tanggal 5 Oktober 2021 dari <http://irwansahaja.blogspot.com/2013/05/pengertian-media-sosial-manfaat-dan.html>

³ Istina Rakhmawati. "Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 4, no. 1, 2016, 49.

dimanfaatkan dengan baik, maka dakwah Islam akan terasingkan dan tenggelam di tengah persaingan ketat media di era modern saat ini.⁴

Salah satu media digital yang mengikuti perkembangan teknologi yaitu media sosial Wattpad. Media sosial Wattpad merupakan sebuah media kepenulisan yang memberikan wadah bagi pengguna untuk menulis dan membaca cerita yang dibuat oleh pengguna lainnya.⁵ Wattpad sebagai media sosial sangat mampu dimasukkan dalam kategori *new media* yang dapat menarik minat pembaca dengan menyajikan berbagai macam *genre*. *Genre* yang tersedia dalam media sosial Wattpad seperti romansa, komedi, *spiritual*, klasik, *fiction*, *action*, horor sampai cerita inspiratif pun tersedia. Berbagai macam *genre* tersebut tentunya dapat ditelusuri pada fitur pencarian karena dicantumkan oleh para penulis ketika ingin mempublikasikan karyanya.⁶ Jika mencari kata kunci yang diinginkan maka akan keluar rekomendasi cerita atau bacaan tanpa adanya batasan umur, sehingga dalam media sosial Wattpad ini tidak ada *filterisasi* pada konten cerita atau bacaan yang ditampilkan karena rata-rata pengguna adalah usia remaja hingga dewasa.

Media sosial Wattpad mempertahankan keberadaannya meskipun sudah cukup lama muncul di media sejak tahun 2006. Wattpad menyatakan bahwa yang mengakses media ini berjumlah 45 juta per bulan, dengan

⁴ Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2017), 361.

⁵ Nurjanah dan Syahbainur Fadila. "Strategi Komunikasi Pemasaran Novelis Indah Riyani Melalui Aplikasi Wattpad," *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, vol. 8, no. 2, 2020, 42.

⁶ Siti Herdiani Nurkhodijah dkk. *Fiction Publishing Patterns In The "Wattpad" Online Community*, *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, vol. 8, no. 2, 2020, 192.

15 miliar menit durasi yang diluahkan oleh pengakses Wattpad. Media sosial Wattpad memiliki 300 juta lebih cerita yang disajikan, dan 90% diakses melalui *smartphone*. Dengan begitu terlihat bahwa khalayak memiliki ketertarikan dalam kegiatan literasi melalui media sosial.⁷

Sebagian pengguna Wattpad memanfaatkan aplikasi ini sebagai media untuk menulis cerita *genre spiritual* atau tema dakwah. Fenomena ini terlihat dari adanya berbagai cerita yang mengandung unsur keislaman, contoh beberapa cerita Wattpad yaitu berjudul Kekasih Halalmu karya Windy Irianti, *My Destiny* karya Nakitha, *Toughness of Humaira* karya Ulfa Zahwani. Cerita-cerita tersebut bahkan menarik perhatian penerbit sehingga cerita dapat diterbitkan menjadi novel dan menjadi cerita yang *best seller*, tentu dikarenakan tingginya minat pembaca cerita *genre spiritual*.

Konten dakwah tidak hanya ada dalam *genre spiritual* saja, tetapi terdapat juga pada genre lain yang seringkali dakwah disampaikan secara *implisit*. Penyebab konten dakwah dapat menarik minat pembaca yaitu karena cara penulisan menggunakan bahasa gaul dengan kosakata yang khas, tidak berat, dan cerita yang *relate* dengan kehidupan pembaca, sehingga dengan mudah dipahami.

Sesuai dengan data lapangan, salah satu golongan yang menggunakan media sosial Wattpad untuk mengakses *genre spiritual* atau memperoleh informasi dakwah di Wattpad adalah karyawan *Writer Agency* READERZEN. *Writer Agency* READERZEN merupakan perusahaan dibidang kepenulisan sekaligus penerbitan

⁷ Nurjanah dan Syahbainur Fadila. "Strategi Komunikasi Pemasaran Novelis Indah Riyani Melalui Aplikasi Wattpad," 42.

buku independen. Perusahaan ini menggunakan media sosial untuk aktivitas berbagi informasi, mencari ide, promosi perusahaan, dan lain-lain. Tak heran, jika karyawan perusahaan ini menggunakan media sosial Wattpad sebagai sarana menyalurkan hobi menulis atau membaca *genre spiritual* sehingga menambah informasi baru terlebih pengetahuan dalam bidang dakwah. Dari hasil *pra-survey* dengan bertanya kepada salah satu karyawan *Writer Agency* READERZEN, ternyata dengan membaca cerita *genre spiritual* atau tema dakwah di media sosial Wattpad secara tidak langsung dapat memengaruhi pola pikir, sikap dan perilaku keagamaan karyawan di dalam kehidupannya. Pembentukan perilaku keagamaan karyawan ini menimbulkan stimulus dimensi keberagaman meliputi dimensi keyakinan (ideologis), dimensi pengetahuan agama (intelektual) dan dimensi pengalaman (konsekuensial).

Perilaku keagamaan merupakan bentuk atau aktivitas dalam berbuat dan berbicara sesuai ajaran agama, diartikan sebagai nilai seseorang yang selalu mengacu untuk selalu berkembang dan mempererat hubungan dirinya dengan Tuhan.⁸ Perilaku keagamaan relevan dengan teori yang dikemukakan C. Y. Glock dan R. Stark, perilaku keagamaan adalah satu kesatuan keberagaman yang meliputi perilaku mad'u dalam menerima pesan dakwah. Dimensi keberagaman antara lain dimensi keyakinan (ideologis), dimensi praktik agama (ritualistik), dimensi penghayatan (eksperensial), dimensi pengetahuan agama (intelektual) dan dimensi pengamalan

⁸ Siti Nila Fauzia. "Perilaku Keagamaan Islam pada Anak Usia Dini," *Jurnal Pendidikan Usia Dini*, vol. 9, no. 2, 2015, 305.

(konsekuensial).⁹ Fenomena pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan didukung oleh Reni Ferlitasari, tahun 2018 dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan (studi para Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung).” Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial memberikan pengaruh terhadap perilaku keagamaan remaja yang mencerminkan nilai-nilai keislaman contohnya seperti hormat terhadap ibu dan ayah, tidak berlebihan dalam segala hal, saling membantu sesama umat muslim, dan hal-hal baik lainnya untuk diri sendiri maupun orang lain.¹⁰

Fenomena-fenomena tersebut menjadi ketertarikan tersendiri bagi peneliti mengenai pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan, spesifiknya di kalangan karyawan *Writer Agency* READERZEN sebagai publik yang erat kaitanya dengan dunia kepenulisan dan hobi membaca cerita di media sosial Wattpad. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, peneliti berfokus pada media sosial Wattpad dan peneliti sebelumnya berfokus pada media sosial Instagram. Oleh sebab itu, peneliti memiliki ketertarikan untuk melanjutkan penelitian mengenai media sosial Wattpad dan fokus terhadap penelitian pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN.

⁹ Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso. *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 77.

¹⁰ Reni Ferlitasari, “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung).” *Skripsi* pada Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah media sosial Wattpad berpengaruh terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN?
2. Sejauh mana pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini, untuk menjawab permasalahan yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah media sosial Wattpad berpengaruh terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN.
2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diperlukan guna untuk menambah pandangan bagi ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan dakwah *bil qalam* (tulisan) dan memberikan peran positif untuk perubahan dan kemajuan media dakwah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini berguna untuk meenambah pandangan di bidang agama, spesifiknya dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan ilmu dakwah. Dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, dan memberikan

pemahaman tentang pemanfaatan media dakwah untuk masyarakat pada umumnya.

E. Definisi Operasional

Definisi Operasional pada penelitian ini dapat membantu peneliti untuk memperoleh uraian mengenai permasalahan maupun pembahasan yang atraktif agar menimalisir perbedaan pengertian. Definisi Operasional berisi mengenai kata kunci dari variabel dalam sebuah penelitian, variabel tersebut yaitu:

1. Media Sosial Wattpad

Wattpad merupakan sebuah media kepenulisan yang memberikan wadah bagi pengguna untuk menulis dan membaca cerita yang dibuat oleh pengguna lainnya. Media sosial Wattpad mempertahankan keberadaannya meskipun sudah cukup lama muncul di media sejak tahun 2006. Media sosial Wattpad menyatakan bahwa yang mengakses media ini berjumlah 45 juta per bulan, memiliki 300 juta lebih cerita, dan 90% diakses melalui *smartphone*. Dengan begitu terlihat bahwa khalayak tertarik dengan kegiatan literasi melalui media sosial.¹¹

Ada beberapa macam genre dalam media sosial Wattpad diantaranya romansa, komedi, *spiritual*, klasik, *fiction*, *action*, horor sampai cerita inspiratif pun tersedia. Pengguna yang ingin membuat karya tulisan di media sosial Wattpad bisa memilih *genre* karya yang akan diunggah, para pembaca pun dapat juga memilih genre yang ingin dibaca. Jika sering beraktivitas dalam *genre* tertentu, maka Wattpad

¹¹ Nurjanah dan Syahbainur Fadila. “*Strategi Komunikasi Pemasaran Novelis Indah Riyani Melalui Aplikasi Wattpad*,” 42.

memberikan rekomendasi bacaan sesuai dengan aktivitas pengguna.

Bacaan yang dipilih dapat memasukkan ke dalam *library*/perpustakaan sehingga pengguna bisa membaca dalam waktu yang tidak terbatas. Tidak hanya itu, pengguna juga dapat memberikan komentar di kolom kementar yang tersedia dalam setiap cerita yang diunggah, maka di media sosial Wattpad terjadilah komunikasi dua arah antara penulis dengan pembaca ataupun pembaca dengan pembaca.¹²

2. Perilaku Keagamaan

Perilaku keagamaan merupakan bentuk atau aktivitas dalam berbuat dan berbicara sesuai ajaran agama, diartikan sebagai nilai seseorang yang selalu mengacu untuk selalu berkembang dan mempererat hubungan dirinya dengan Tuhan. Dibuktikan dengan keyakinan beragama, menaati perintah agama, dan berperilaku sesuai ajaran agama.¹³

Merujuk pada teori yang dikemukakan C.Y Glock dan R. Stark perilaku keagamaan adalah satu kesatuan keberagaman yang meliputi perilaku mad'u dalam menerima pesan dakwah. Dimensi keberagaman antara lain dimesi keyakinan (ideologis), dimensi praktik agama (ritualistik), dimensi penghayatan (eksperensial), dimensi pengetahuan agama (intelektual), dan dimensi pengalaman

¹² Nindya Wulansari, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Wattpad terhadap Kemampuan Menulis Naskah Drama", *Skripsi*, Jurusan Pendidikan Sastra dan Bahasa Fakultas Ilmu Pendidikan, 2018, 31.

¹³ Siti Nila Fauzia. "Perilaku Keagamaan Islam pada Anak Usia Dini," *Jurnal Pendidikan Usia Dini*, 305.

(konsekuensial).¹⁴ Di dalam penelitian ini, dimensi tersebut disesuaikan dengan karakteristik pada objek penelitian ini, sehingga yang digunakan sebagai indikator adalah dimensi keyakinan (ideologis), dimensi pengalaman (konsekuensial) dan dimensi pengetahuan agama (intelektual).

F. Sistematika Pembahasan

Dalam memudahkan penyusunan skripsi, maka dibentuklah sistematika, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab berisi pendahuluan yang menggambarkan seluruh penelitian ini. Bab ini tercantum beberapa sub-bab yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional media sosial Wattpad dan perilaku keagamaan, sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORITIK

Bab ini berisi penelitian terdahulu yang relevan, dalam bab ini tercantum sub-bab kerangka teori yang meliputi teori *uses and effect*, media sosial Wattpad, genre Wattpad, aplikasi Wattpad sebagai media dakwah, perilaku keagamaan, dimensi perilaku keagamaan, faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keagamaan dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

¹⁴ Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroro. *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 77.

Bab ini berisikan tentang deskripsi metode penelitian. Dalam hal ini tercantum sub-bab, yaitu berisi pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal, lokasi penelitian yaitu pada *Writer Agency* READERZEN, populasi yaitu karyawan muslim *Writer Agency* READERZEN dengan menggunakan teknik sampel total, variabel dan indikator penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data berupa *kuesioner* (angket), observasi, wawancara dan dokumentasi, teknik validitas, reliabilitas, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi gambaran umum tentang objek penelitian yaitu karyawan *Writer Agency* READERZEN dan media sosial Wattpad, penyajian data menggunakan validitas, reliabilitas dan distribusi frekuensi, pengujian hipotesis menggunakan Tau Kendall dan pembahasan hasil penelitian dari perspektif teoretis dan perspektif dakwah.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan mengenai pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN, serta saran rekomendasi dan keterbatasan dalam penelitian ini.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu digunakan sebagai objek referensi dan pedoman dalam penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan, yaitu:

1. Saputri, Galuh Wanda (Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dakwah dan Komunikasi, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019) skripsi yang berjudul “Pengaruh Aplikasi Wattpad terhadap Minat Baca di Bidang Dakwah Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menjadikan mahasiswa sebagai subjek penelitian. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *random* sampling. Data penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner (angket) dan studi kepustakaan. Untuk analisis data menggunakan korelasi product moment Pearson sebesar 5%. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan yang memengaruhi antara aplikasi Wattpad terhadap minat membaca mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi di bidang dakwah dengan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel ($0,620 > 0,334$).¹⁵

¹⁵ Galuh Wanda Saputri, “Pengaruh Aplikasi Wattpad terhadap Minat Baca di Bidang Dakwah Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi,” *Skripsi* pada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.

2. Ferlitasari, Reni (Program studi Sosiologi Agama, Ushuluddin dan Studi Agama, mahasiswa UIN Raden Intan Lampung, 2018) skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)”. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan penyebaran angket. Analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas, uji koefisien regresi linier sederhana dan uji hipotesis menggunakan uji determinasi atau R^2 . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram memberikan pengaruh kepada remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung lewat penggunaan fitur dalam Instagram.¹⁶
3. Khosyatillah, Alfin (Program studi Agama-agama, Ushuluddin dan Filsafat, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018) skripsi yang berjudul “Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa Jurusan Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan apa saja serta bagaimana dampak adanya media sosial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku memiliki 3 bentuk operasional yaitu pengetahuan, sikap dan tindakan dari

¹⁶ Reni Ferlitasari, “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung).” *Skripsi* pada Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

bagaimana perilaku yang ditimbulkan akibat penggunaan media sosial.¹⁷

B. Kerangka Teori

1. Teori *Uses and Effect*

Teori *use and effect* awal mula diutarakan oleh Sven Windahl (1979). *Teori uses and effect* adalah teori sintesis dari teori *uses and gratification* dengan teori tradisional mengenai efek. *Uses and effect* adalah teori yang berkaitan antara pengguna, media, dan efek (hasilnya). Maka teori ini menjelaskan hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media akan menimbulkan efek yaitu dapat memengaruhi sikap atau perilaku penggunanya. Contohnya seperti, kebiasaan orang menonton drama korea yang menimbulkan sebuah efek perkataan atau perilaku meniru dari apa yang dilihatnya.¹⁸

Uses and gratification menjelaskan mengenai penggunaan media ditentukan atas kebutuhan individu, tetapi *uses and effect* menjelaskan bahwa karakter individu, harapan, persepsi terhadap media, dan tingkat akses menggunakan media yang akan membawa individu dalam penggunaan media. Faktor-faktor dari penggunaan media menurut teori *uses and effect* antara lain:¹⁹

¹⁷ Alfin Khosyatillah, “Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa Jurusan Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).” *Skripsi* pada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.

¹⁸ Alfirahmi, “Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect” *Jurnal Lugas*, vol.3, no. 1, 2019, 27.

¹⁹ Alfirahmi, “Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect” *Jurnal Lugas*, 27.

a) Karakter Individu

Suatu keadaan diri, sikap, watak atau situasi yang merupakan gabungan dari keadaan dan pengalaman yang didapat lewat kehidupan seseorang.

b) Harapan

Seseorang akan melihat dirinya sedang menginginkan apa, bisa ditemukan berdasarkan dari apa yang diketahuinya ataupun pengalaman sebelumnya.

c) Persepsi terhadap media

Persepsi artinya proses untuk memilih, mengatur maupun menafsirkan info terhadap stimulus. Persepsi ini bisa terjadi pada proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau lainnya, kemudian akan diproses oleh otak.

d) Tingkat akses media

Adanya frekuensi dalam mengakses atau menggunakan suatu media yang bisa merubah perilaku seseorang.

Penggunaan media akan membawa komponen berpengaruh dalam teori *uses and effect* yaitu hubungan antara penggunaan dan hasil. Setengah dari hasil ditentukan oleh isi media dan sebagian oleh penggunaannya. Maka dari itu ada dua proses secara berdampingan mengakibatkan terbentuknya hasil yang disebut dengan "*coonseffect*" yaitu kombinasi antara konsekuensi dan efek. Dari penjelasan tersebut maka muncul 3 model yang berbeda, hubungan antara hasil dari penggunaan media yaitu:²⁰

²⁰ Alfirahmi, "Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect" *Jurnal Lugas*, 28.

- a) Efek, hasil yang dapat memengaruhi perilaku pengguna ditentukan oleh isi/karakteristik media itu sendiri.
- b) Konsekuensi, hasil akibat dari penggunaan media.
- c) Konsefek, hasil akibat penggunaan media dan isi media itu sendiri.

Perbedaan teori *uses and effect* dengan teori lainnya yaitu:

- a) *Teori uses and gratification* menjelaskan mengenai kebutuhan individu merupakan faktor dari penggunaan media. Dalam teori *uses and gratification* tidak menunjukkan mengenai bagaimana upaya media mengubah perilaku, tetapi lebih kepada media tersebut memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial. Maka dari itu sasaran teori ini adalah publik yang aktif dan mempunyai tujuan khusus yaitu kebutuhan pengguna dalam menggunakan media.²¹ Sedangkan *uses and effect* menjelaskan bahwa kebutuhan individu bukan satu-satunya faktor dari penyebab penggunaan media, melainkan faktor yang dimaksud yaitu karakteristik individu, harapan, persepsi dan tingkat akses terhadap media yang membawa bagian penting dalam teori ini yaitu adanya hasil dari penggunaan media tersebut yang dapat memengaruhi perilaku pengguna.²²
- b) Teori peluru atau jarum hipodermik berasumsi bahwa media memiliki dominasi yang sangat kuat dalam kehidupan dan publik dikatakan pasif atau

²¹ Hoetta Soehoet. *Teori Komunikasi 2*. (Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta HSIP, 2002), 70.

²² Alfirahmi, "Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect" *Jurnal Lugas*, 27.

tidak mengerti apa-apa.²³ Teori jarum suntik untuk saat ini tidak relevan, karena khalayak sudah memilih jenis media yang bermanfaat untuk dirinya. Asumsi teori jarum suntik seolah audien itu pasif, yang menjelaskan bahwa media apa saja punya pengaruh. Saat ini, sudah berubah fenomenanya bahwa khalayak memiliki kebebasan memilih media. Berbeda dengan teori *uses and effect* yang mempunyai faktor-faktor penggunaan media dan khalayak berperan aktif dalam memilih media.

- c) Teori kultivasi merupakan teori sosial dengan meneliti efek jangka panjang dari media massa kepada khalayak.²⁴ Teori kultivasi menjelaskan bahwa apa yang ada dalam konten media merupakan cerminan dari fenomena yang terjadi di kehidupan masyarakat. Nyatanya sekarang tidak, karena apa yang menjadi konten dalam media adalah hasil dari kontruksi media itu sendiri. Contohnya adanya berita hoax di media, yang merupakan bukti teori kultivasi tidak pas untuk menjelaskan fenomena penelitian ini. Teori kultivasi sulit diterapkan pada media selain televisi. Sedangkan *uses and effect* menjelaskan fenomena saat ini, dimana khalayak mempunyai keputusan antara menggunakan atau tidak isi media tersebut sesuai dengan faktor-faktor dalam penggunaan media dan hasil.

²³ Elfi Yanti Ritonga, "Theory of Setting Agenda in Communication Science," *Jurnal Simbolika*, vol. 4, no.1, 2018, 35.

²⁴ Wahidmurni, Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif, diakses pada tanggal 27 September 2021, <http://repository.uin-malang.ac.id/1985.pdf>.

Teori *uses and effect* mengartikan bahwa penggunaan media sosial dapat mengakibatkan efek yang memengaruhi seseorang melalui isi media itu sendiri dan bagaimana cara penggunaannya. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, sama halnya dengan keinginan peneliti untuk meneliti apakah dengan menggunakan atau mengakses media sosial Wattpad, akan menimbulkan pengaruh atau tidak terhadap perilaku keagamaan seseorang.

2. Media Sosial Wattpad

Media sosial merupakan media berbasis online, seseorang dengan mudah terlibat atau berkontribusi memberikan informasi dengan menyampaikan sebuah pesan di dalam dunia virtual.

a) Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial berbeda dengan media lainnya, yaitu:²⁵

1) *Accesability*

Accesability artinya kemudahan dalam mengakses media tanpa biaya atau gratis dalam penggunaannya.

2) *Speed*

Jika kita ingin menerbitkan atau mengakses sebuah konten di media sosial maka akan cepat terkoneksi. Kita juga dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna lain tanpa ada faktor eksternal yang memengaruhi pengiriman pesan atau informasi yang akan disampaikan.

3) *Interactivity*

²⁵ Varinder Taprial dan Priya Kanwar. *Understanding Social Media*. (London: Venus Publishing ApS, 2012), 29.

Interactivity artinya suatu interaksi diantara satu pengguna dan pengguna lainnya. Jika interaksi itu terjalin maka, terjadi *two way communication* antara pemberi maupun penerima informasi.

4) *Longevity* atau *Volatility*

Longevity atau *volatility* artinya media sosial dapat digunakan dalam waktu yang tak terbatas dan konten yang disebarluaskan dapat diedit atau dihapus.

5) *Reach*

Reach merupakan jangkauan jaringan luas, artinya siapapun dapat mengakses jenis konten apa saja yang tersedia serta dapat diakses dimana dan kapan saja. Salah satu contoh media sosial yaitu Wattpad.

Menurut Blod yang dikutip Tirocchi dalam Carlos, “*Wattpad is a platform for apiring and experienced authors, allowing them to publish their work, get feedback and connect with other writers and readers*”.²⁶

Pengertian dari pendapat di atas Wattpad ialah platform untuk penulis yang mempunyai pengalaman, memungkinkan untuk

²⁶ Carlos A. Scolari. *Teens, Media and Collaborative Cultures. Exploiting Teens' Transmedia Skills in The Classroom*. (Barcelona: Universitas Pompeu Fabra, 2018), 93.

mempublikasikan karyanya, serta mendapat umpan balik dari pembaca.

Wattpad merupakan media yang banyak dikunjungi oleh pembaca khususnya remaja. Hal ini karena, aplikasi Wattpad adalah situs dan aplikasi kepenulisan gratis dan mudah untuk digunakan. Namun, Wattpad juga memiliki kekurangan, yaitu tidak ada *filterisasi* pada konten yang ditampilkan, sehingga jika mencari kata kunci maka akan keluar rekomendasi bacaan tanpa adanya batasan umur karena para pengguna aplikasi ini dari kalangan remaja hingga dewasa, tetapi terkadang oleh pengarang yang mempublikasikan ceritanya akan memberikan peringatan jika konten yang akan dibaca mengandung unsur negatif.

b) *Genre* Wattpad

Wattpad menyajikan berbagai macam *genre*. *Genre* yang tersedia seperti romansa, komedi, *spiritual*, klasik, *fiction*, *action*, horor sampai cerita inspiratif pun tersedia. Beragam *genre* tersebut tentunya dapat ditelusuri oleh pengguna karena dicantumkan oleh penulis ketika mempublikasikan karyanya.²⁷

Jika sering beraktivitas dalam *genre* tertentu, maka Wattpad memberikan rekomendasi bacaan sesuai dengan aktivitas pengguna. Bacaan yang dipilih dapat dimasukkan ke dalam

²⁷ Siti Herdiani Nurkhodijah dkk. *Fiction Publishing Patterns in The "Wattpad" Online Community*, *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, vol. 8, no. 2, 2020, 192.

library/perpustakaan sehingga pengguna bisa membaca dalam waktu yang tidak terbatas.²⁸

Wattpad merupakan aplikasi yang tepat bagi orang yang hobi membaca dan tidak perlu pusing untuk membawa buku berat-berat. Melalui media sosial Wattpad pembaca bisa memilih bacaan apa saja sesuai *genre* yang disukainya.

c) Aplikasi Wattpad Sebagai Media Dakwah

Dalam teori manusia besar (*big man theory*), terdapat tiga asumsi yaitu hanya manusia besar yang dapat mengubah sejarah (*determinisme heroic*); sejarahlah yang memunculkan manusia besar (*determinisme social*); dan kapabilitas manusia besar dengan dukungan massa yang bisa mengubah sejarah (*evalusioner-adaptif*). Asumsi yang terakhir relevan dengan munculnya pendakwah dalam situasi yang tepat di era modern seperti sekarang ini.²⁹ Pendakwah mampu memanfaatkan media sebagai perantara untuk menyebarkan berbagai macam persoalan keagamaan dalam membantu membentuk perilaku umat muslim secara praktis yaitu media yang dapat diakses di manapun dan kapanpun.

Salah satunya, melalui media sosial Wattpad pendakwah bisa menggunakan fasilitas yang ada untuk berdakwah yang dikemas dengan baik sehingga bermanfaat bagi pembaca. Kelebihan dakwah melalui internet yaitu:

²⁸ Fatma Pratiwi. 2016. Wattpad: Aplikasi Media Sosial Media *Convergence and Participatory Culture*. *Jurnal pendidikan*. (<http://iccic.untar.ac.id>>Buku-1-All_NoCopy. Diakses 11 Oktober 2021), 30-32.

²⁹ Moh. Ali Aziz. Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2017), 68.

- 1) Tidak terhalang waktu, hanya dengan menggunakan internet kita dapat mengakses dakwah.
- 2) Dakwah menjadi variatif, mad'u tidak harus datang ke majelis, masjid, atau pondok karena hanya dengan membuka media sosial saja, mad'u bisa memperoleh dakwah.
- 3) Jumlah dalam penggunaan internet semakin lama semakin meningkat, sehingga para pendakwah harus berinisiatif untuk melakukan dakwah di kanal media sosial karena tingkat penggunaan internet selalu meningkat.
- 4) Mengakses tidak butuh biaya, untuk mencari cerita-cerita dakwah kita tidak perlu membeli sebuah buku, melainkan hanya membuka media sosial Wattpad, cerita-cerita dakwah dapat dibaca secara gratis.

Saat ini khalayak banyak yang mengakses ataupun mencari cerita *genre spiritual* atau tema dakwah melalui aplikasi ini untuk meluangkan waktunya. Oleh karena itu, media sosial Wattpad memiliki peluang besar untuk memengaruhi perilaku keagamaan seseorang karena banyaknya khalayak yang mencari ataupun membutuhkan cerita bertema dakwah melalui media sosial ini.

3. Perilaku Keagamaan

a) Pengertian Perilaku Keagamaan

Kata perilaku artinya bentuk atau aktivitas dalam berbuat dan berbicara sesuai ajaran agama.³⁰

³⁰ Siti Nila Fauzia. "Perilaku Keagamaan Islam pada Anak Usia Dini," *Jurnal Pendidikan Usia Dini*, vol. 9, no. 2, 2015, 305.

Lalu kata keagamaan berasal dari kata agama, artinya bentuk kepercayaan terhadap Tuhan sesuai dengan pandangan agama. Terdapat tambahan kata awal “ke” dan akhir “an”, artinya semua perilaku yang berkaitan dengan agama.³¹

Apabila diilustrasikan sebagai dakwah, perilaku keagamaan adalah reaksi, tanggapan atau tindakan mad’u (orang yang menerima dakwah) terhadap pesan yang disampaikan oleh da’i (orang yang menyampaikan dakwah) berhubungan dengan agama.

Perilaku keagamaan Menurut Aqil Siroj Said yaitu:

“perilaku keagamaan adalah banyak atau sedikitnya kepercayaan kepada Tuhan, kepercayaan tersebut membuktikan bahwa seseorang memiliki keyakinan beragama, terdorong untuk melaksanakan perintah dalam agama, berperilaku moral sesuai tuntunan agama, dan aktivitas keagamaan lainnya.”³²

Agama dipeluk, dipraktikan dan dihayati, hal tersebut diistilahkan sebagai keberagaman (religiusitas). Keberagaman terdiri dari dimensi-dimensi dalam diri yang menyentuh jiwa dan emosi. Keberagaman adalah perilaku yang sumbernya secara langsung maupun tidak langsung terdapat pada diri mad’u yang diperoleh dari pesan-pesan dakwah.

³¹ Fikria Najtama. “Religiusitas dan Kehidupan Sosial Keagamaan,” *TASAMUH: Jurnal Studi Islam*, vol.9, no. 2, 2017, 429.

³² Siti Naila Fauzia. “Perilaku Keagamaan Islam pada Anak Usia Dini,” *Jurnal Pendidikan Usia Dini*, vol. 9, no. 2, 2015, 305.

b) Dimensi Perilaku Keagamaan

Menurut teori yang dikemukakan C.Y. Glock dan R Stark, terdapat dimensi-dimensi keberagaman dalam diri manusia, yaitu keyakinan (ideologis), praktik agama (ritualistik), penghayatan (eksperensial), pengetahuan agama (intelektual) dan pengamalan (konsekuensial).³³ Maka dari itu, perilaku keagamaan terdiri dari keberagaman yang mencakup perilaku maupun aktivitas mad'u dalam menerima pesan dakwah.

1) Dimensi keyakinan (ideologis)

Dimensi ideologis merupakan dimensi keberagaman yang berhubungan kepada sesuatu yang harus diperacayai. Dimensi ini mengukur tingkatan sejauh mana mad'u taat dengan paham teologis dan mempercayai kebenaran doktrin-doktrin agama. Dengan begitu, keyakinan akan berpengaruh pada aktivitas yang dilakukannya, sehingga aktivitas tersebut bernilai ibadah. Misalnya: keyakinan mengenai adanya Tuhan, malaikat, nabi/rasul, kitab Allah, surga neraka dan qadha qadar.

Adapun ayat mengenai bahwa Tuhan Maha Esa, tertuang dalam Al-Qur'an Al-Ikhlâs ayat 1-4:

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ ۝ اللَّهُ الصَّمَدُ ۝ لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ ۝

وَلَمْ يَكُنْ لَهُ كُفُوًا أَحَدٌ ۝

³³ Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroro. *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 77.

*Artinya: Katakanlah: "Dia-lah Allah, yang Maha Esa. Allah adalah Tuhan yang bergantung kepada-Nya segala sesuatu. Dia tiada beranak dan tidak pula diperanakkan, Dan tidak ada seorangpun yang setara dengan Dia."*³⁴

2) Dimensi praktik agama (ritualistik)

Dimensi ini mengukur sejauh mana mad'u melakukan tindakan pemujaan, ritual yang berkaitan dengan agama untuk membuktikan komitmen terhadap apa yang dianutnya. Dalam Islam penerapan dalam dijalankan ritualistik yaitu pergi ke tempat ibadah, pengakuan dosa, dzikir, berpuasa, sholat lima waktu dan lain-lain.



*Artinya: Sesungguhnya beruntunglah orang-orang yang beriman, (yaitu) orang-orang yang khusyu' dalam sembahyangnya, (QS. Al Mukminun 1-2).*³⁵

Keberagaman ini terbagi menjadi dua bagian yaitu ritual dan ketaatan. Ritual merupakan aktivitas mengenai agama yang mengharapkan para penganutnya melaksanakannya dengan taat. Ketaatan maupun ritual bagaikan ikan dan air meskipun

³⁴ Al-Qur'an 112:1-4. Semua terjemahan ayat Al-Qur'an di skripsi ini diambil dari <https://tafsirq.com/>

³⁵ Al-Qur'an 23:1-2. Semua terjemahan ayat Al-Qur'an di skripsi ini diambil dari <https://tafsirq.com/>

berbeda tetapi saling bergantung satu sama lain.

3) Dimensi penghayatan (eksperensial)

Dalam dimensi ini berkaitan dengan seberapa jauh penghayatan religius yang mulanya tidak dirasa akan menjadi hal yang bisa dirasakan. Adanya peran serta emosional dan sentimental saat melaksanakan kegiatan keagamaan. Memperlihatkan sejauh mana level kepekaan memahami dan merasakan perasaan atau pengalaman religiusnya. Contohnya seperti perasaan doa-doanya didengar oleh Allah, perasaan bertawakkal, perasaan khusyuk ketika melakukan ritual agama, hati tersentuh jika mendengar ayat suci Al-Qur'an.

4) Dimensi pengetahuan agama (intelektual)

Pada dimensi ini menjelaskan mengenai sejauh mana pengetahuan mad'u perihal keagamaan, dan sejauh mana untuk melakukan aktivitas guna menambah pemahaman dalam hal keagamaan. Jika seseorang memahami pentingnya pengetahuan agama maka ia akan berusaha untuk memperluas pengetahuannya, contohnya mendengarkan ceramah, membaca buku yang bertemakan agama, dan tertarik dalam kegiatan beragama di lingkungan sekitar.

Mad'u yang menerima pesan dakwah, maka pengetahuan agamanya luas dan semakin taat, dibandingkan dengan yang tidak menerimanya. Contohnya seseorang tahu bahwa jika memuja Tuhan maka akan mendapat pahala, sehingga dirinya selalu berusaha mendekatkan diri kepada Allah SWT.

asulullah SAW bersabda: *"Barangsiapa yang menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkan untuknya jalan menuju Surga."* (HR Muslim, 2699)

5) Dimensi pengamalan (konsekuensial)

Dimensi ini mengenai sejauh mana mad'u mau berkomitmen dengan ajaran agama dalam kehidupannya. Dimensi ini berhubungan dengan perbuatan atau perilaku seseorang di kesehariannya. Jika berkomitmen dengan ajaran agama maka akan menjauhkan diri terhadap perbuatan yang dilarang oleh Allah.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ
وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ
بِقَابِ

Artinya: "... Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya." (Al-Maaidah 5: 2).³⁶

Dimensi konsekuensial merujuk pada seberapa besar ajaran agama dapat memotivasi perilaku kegamaan, yaitu bagaimana seseorang berelasi dengan manusia lain. Contohnya tolong-menolong, bekerjasama, tidak berbohong, tidak menipu, toleransi, mematuhi norma Islam dan lain-lain. Dimensi

³⁶ Al-Qur'an 5:02. Semua terjemahan ayat Al-Qur'an di skripsi ini diambil dari <https://tafsirq.com/>

konsekuensial cenderung pada hubungan manusia dengan manusia lainnya.

Perilaku keagamaan berdasarkan dimensi-dimensi keberagaman dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 208:

*Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu".*³⁷

Allah menuntut umat muslim untuk beragama dengan lengkap, artinya dimensi-dimensi tersebut harus terjalin secara berkesinambungan. Keberagaman bisa dicermati dengan sejauh mana keyakinan agama, pengetahuan agama, praktik agama, dan keterlibatan perilaku yang agama yang tercermin dalam perilaku sehari-hari.

Konsep lima dimensi keberagaman memiliki kesamaan makna dengan dasar ajaran Islam. Dimensi ideologis memiliki makna sama dengan akidah, dimensi ritualistik memiliki makna sama dengan ibadah, dimensi konsekuensial sama dengan amal, dimensi

³⁷ Al-Qur'an 2:08. Semua terjemahan ayat Al-Qur'an di skripsi ini diambil dari <https://tafsirq.com/>

eksperensial sesuai dengan ihsan dan dimensi intelektual sama dengan pengetahuan agama.³⁸

Keberagaman dapat dilihat dari sejauh mana keyakinan, pengetahuan, praktik agama, penghayatan, dan keterlibatan agama tercermin dari perilakunya.

Di dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai indikator adalah dimensi ideologis, dimensi konsekuensial dan dimensi intelektual, hal tersebut disesuaikan dengan karakteristik objek penelitian.

c) Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Keagamaan

Perilaku tidak dapat terjadi begitu saja, tetapi dengan adanya interaksi maka perilaku dapat timbul. Pembentukan perilaku dipengaruhi oleh:³⁹

1) Faktor Internal

Faktor bawaan dari lahir, dimana sifat yang ada pada orang tuanya ataupun gabungan dari keduanya dapat memengaruhi perilaku seseorang. Beberapa faktor internal yang memengaruhi perilaku seseorang yaitu:

(a) Pengalaman Pribadi

Pengalaman-pengalaman yang sudah terjadi didalam hidup, maksudnya adalah semua pengalaman yang dijalani, dirasakan, dan sudah pernah terjadi, baik itu pengalaman yang didapat sejak lahir atau melalui pancaindra. Pengalaman tersebut

³⁸ Maghfur Ahmad. *Religiusitas Moderat-Inklusif*. (Pustaka Zaman: Semarang, 2002), 25.

³⁹ Jalaludin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), 120.

dapat membentuk perilaku seseorang, tetapi apakah perilaku yang timbul itu positif atau negatif tergantung juga pada faktor internal lainnya.

(b) Pengaruh emosi

Emosi adalah keadaan yang memengaruhi orientasi di dalam diri, yang dapat mengatur fisik maupun mental pada tatkala menghadapi suatu keadaan. Contohnya senang, sedih, kecewa, putus asa dan lain-lain. Oleh karena itu perilaku terbentuk jika faktor emosional terlibat.

Contoh pengaruh emosi terhadap perilaku seseorang yaitu kecewa jika tidak mendapatkan hasil yang diinginkan, semangat jika merasa senang dengan hasil yang sudah dicapai.

(c) Minat

Pada saat seseorang memiliki minat pada suatu hal, maka akan berusaha untuk mencapai hasil yang maksimal, hal tersebut karena ia melakukannya dengan hati senang dan tanpa paksaan. Contohnya minat pada perilaku keagamaan yang positif, maka akan tampak dalam perilakunya sehari-hari sesuai dengan ajaran agama.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang datang dari luar pribadi seseorang, mempunyai pengaruh besar dalam perkembangan perilaku pribadi seseorang. Faktor eksternal diantaranya yaitu:

(a) Lingkungan keluarga

Keluarga memiliki pengaruh besar

dalam membentuk perilaku seseorang, karena keluarga merupakan pendidikan utama. Situasi pendidikan lingkungan keluarga dapat terwujud apabila terjadi komunikasi yang baik karena keduanya saling memahami, menanggapi, dan memecahkan permasalahan secara terbuka. Keterbukaan akan memudahkan bimbingan perilaku seseorang.

Ada dua metode dalam bimbingan perilaku, yang pertama metode langsung yang merupakan lingkungan keluarga berperan untuk memberikan pengarahan berperilaku baik sesuai dengan ajaran agama. Metode tidak langsung, yaitu lingkungan keluarga hanya mengontrol kegiatan-kegiatan saja seperti dalam pengamalan perilaku baik dalam kehidupan sehari-hari.

(b) Lingkungan masyarakat

Dalam pembentukan perilaku seseorang, lingkungan masyarakat juga penting karena masyarakat berkontribusi di berbagai lembaga formal maupun non formal yang dapat memberikan dampak besar yaitu memengaruhi perilaku pada diri seseorang. Contohnya jam'iyah majlis ta'lim, yang memberikan ceramah-ceramah agama dan memberikan dampak positif terhadap perubahan perilaku seseorang.

(c) Media komunikasi yang membawa misi agama

Media komunikasi memiliki pengaruh besar dalam pembentukan

perilaku seseorang. Informasi yang disampaikan melalui media memberikan dasar afektif hingga membentuk perilaku tertentu. Jika yang disampaikan dalam media adalah dakwah, maka secara tidak langsung dapat memengaruhi ataupun merubah perilaku yang positif.

Perilaku keagamaan seseorang dipengaruhi/disebabkan oleh pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial. Untuk mengaplikasikan dakwah, pendakwah harus mempunyai strategi tersendiri atau cara baru dalam menyampaikan dakwahnya agar dapat diterima oleh mad'u dengan mudah.⁴⁰

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dakwah dapat dilakukan di media sosial Wattpad. Dalam media sosial Wattpad, pendakwah menulis cerita *genre spiritual* dalam aplikasi ini dengan tujuan untuk mengajak, mengingatkan atau menyeru mad'u (sasaran dakwah) untuk terus melakukan hal sesuai dengan ajaran ataupun syariat Islam.

Media sosial Wattpad seringkali dijadikan sebagai media untuk berdakwah, fenomena ini terlihat dari adanya berbagai cerita yang mengandung unsur keislaman. Cerita-cerita tersebut bahkan terbit menjadi novel dan menjadi cerita *best seller*, tentu

⁴⁰ Istina Rakhmawati, "Perkembangan Media sebagai Sarana Dakwah", *AT-TABSYIRI Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 4, no. 1, 2016, 54.

dikarenakan tingginya minat mad'u atau pembaca cerita *genre spiritual*.

d) Pengaruh Media Sosial Wattpad terhadap Perilaku Keagamaan

Media sosial Wattpad termasuk media kepenulisan populer yang memberikan wadah bagi pengguna untuk menulis dan sebagai wadah seseorang yang hobi membaca cerita. Media sosial Wattpad banyak dikunjungi oleh pembaca khususnya remaja. Di media sosial Wattpad terdapat cerita *genre spiritual* yang menyebarkan dakwah Islam dan mendapat banyak perhatian dari mad'u. Konten dakwah ternyata tidak hanya ada dalam *genre spiritual* saja, tetapi terdapat juga pada *genre* lain yang seringkali dakwah disampaikan secara *implisit*.

Dalam hal lainnya, Wattpad mempunyai unsur negatif, yaitu tidak ada *filterisasi* pada konten bacaan yang ditampilkan, sehingga jika mencari kata kunci maka akan keluar referensi bacaan yang tidak ada batasan umur, karena Wattpad kebanyakan diakses oleh kalangan remaja hingga dewasa. Namun, apabila mad'u dapat menyikapi manfaat dari media sosial Wattpad untuk hal positif seperti mencari bacaan yang mengandung dakwah maka hal-hal bersifat negatif dapat dihilangkan.

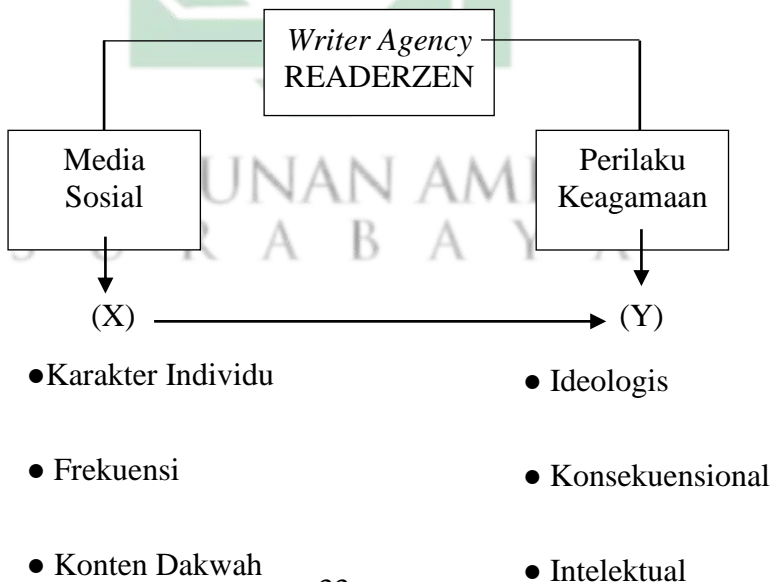
Jika sering mengakses *genre spiritual* atau cerita tema dakwah di Wattpad secara tidak langsung dapat

memengaruhi pola pikir dan perilaku keagamaan mad'u dalam kehidupan sehari-hari. Pembentukan perilaku keagamaan menimbulkan stimulus keberagaman meliputi dimensi keyakinan (ideologis), dimensi pengetahuan agama (intelektual), dimensi penghayatan (eksperensial), dimensi praktek asgama (ritualistik) dan dimensi pengalaman (konsekuensial).

Berdasarkan apa yang sudah dijelaskan diatas diduga ada hubungan pengaruh antara keduanya, dimana jika menggunakan media sosial Wattpad dengan baik, maka dapat memengaruhi perilaku positif.

4. Kerangka Berfikir

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir Penelitian



Kerangka berfikir diperlukan sebagai landasan dalam melakukan penelitian. Penelitian ini memiliki variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dengan indikator variabel independen yaitu karakter individu, frekuensi, dan konten dakwah sebagai variabel yang mempengaruhi. Kemudian variabel dependen yaitu ideologis, konsekuensial, dan intelektual sebagai variabel yang dipengaruhi.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara pada hasil penelitian yang akan dilakukan. Hipotesis penelitian ini yaitu:

Hipotesis alternatif (H_a): Ada pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN.

Hipotesis nol (H_0): Tidak ada pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Creswell adalah pendekatan untuk menguji hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel diukur menggunakan instrumen, sehingga data jumlah dapat dianalisis menggunakan prosedur statistik.⁴¹

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif kausal. Menurut Sugiyono, penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang mempunyai tujuan untuk mengetahui kekuatan atau arah hubungan pengaruh diantara dua variabel dan besarnya pengaruh yang disebabkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen.⁴²

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi pada *Writer Agency* READERZEN Jl. Madrasah No.65, RT.01/RW.006, Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

⁴¹ Wahidmurni, *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*, diakses pada tanggal 27 September 2021, <http://repository.uin-malang.ac.id/1985/2/1985.pdf>

⁴² Esti Tyastirin dan Irul Hidayati. *Statistik Parametrik*. (Surabaya: Program Studi Arsitektur UIN Sunan Ampel, 2017), 39.

Populasi adalah total dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala, nilai, peristiwa, sikap dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁴³ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan *Writer Agency* READERZEN yang beragama Islam terdiri dari 21 orang.

Tabel 3. 1 Populasi karyawan *Writer Agency* READERZEN

No.	Nama	Jabatan
1.	Mona Fadillah	<i>Chief Executive Officer</i>
2.	Baihaqi	<i>Chief Operating Officer</i>
3.	Rachel Sitepu*	<i>Corporate Communication Directur</i>
4.	Tiara	<i>Corporate Directional Directur</i>
5.	Nur Azizah Heriyani Putri	Kepala Departement <i>Marketing</i>
6.	Alma Allegra	<i>Marketing</i>
7.	Tasya Yuni Azzahra	<i>Marketing</i>
8.	Aqila Reinata	Kepala Departement <i>Sosial Media</i>
9.	Abimanyu Wardhana Wisnu	<i>Sosial Media</i>
10.	Elegi Dhistisya P. B Nuansa	<i>Sosial Media</i>

⁴³ Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Sidoarjo: Zifatama Publishing. 2016), 104.

11.	Inatsa Dalila Aulia	Kepala Departement Desain Grafis
12.	Nafisah Azzah Inayaha	Desain Grafis
13.	Najmi Aisha Qanita Abdillah	Desain Grafis
14.	Stendy Lanan Maulana	Desain Grafis
15.	Aldian Ramadhan	Desain Grafis
16.	Miftahul Tirta Irawan	Kepala Departement Web <i>Desainer</i>
17.	Muhammad Rafi Salsabil	Web <i>Desainer</i>
18.	Elizabeth Grace Febrina	Kepala Departement <i>Content Creator</i>
19.	Halimatus Sya'diyah	<i>Content Creator</i>
20.	Farah Syahidah	Kepala Departement <i>Content Writer</i>
21.	Imanda Tori Putra	<i>Content Writer</i>
22.	Tasya Kania Azzahra Choerunisa	<i>Content Writer</i>

*Beragama non muslim.

2. Sampel

Sampel adalah perwakilan populasi yang akan diteliti.⁴⁴ Penelitian ini karena jumlah populasi adalah 21 orang maka anggota populasi digunakan menjadi sampel. Penelitian ini bisa disebut dengan penelitian populasi karena seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian.

3. Teknik Sampling

Teknik sampel pada penelitian ini yaitu teknik sampel total, yang merupakan teknik pengambilan

⁴⁴ Wahidmurni, *Pemapanan Metode Penelitian Kuantitatif*, diakses pada tanggal 27 September 2021, <http://repository.uin-malang.ac.id/1985/2/1985.pdf>.

sampel yang jumlah sampel sama dengan jumlah populasi. Hal ini digunakan jika jumlah populasi kurang dari 30 orang.⁴⁵

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan peneliti untuk memperoleh data dengan memberikan *kuesioner* (angket) kepada responden yaitu karyawan *Writer Agency* *READERZEN*. Responden yang mengisi *kuesioner* (angket) akan menjawab pertanyaan dengan menggunakan data ordinal alat ukur skala *Likert* 1-5. Skala Likert diperlukan untuk mengukur suatu sikap, perilaku, persepsi dan pendapat responden tentang suatu permasalahan. Pemberian skor pada pengukuran Likert untuk setiap jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skor penilaian pertanyaan

Keterangan	Skor Penilaian Pertanyaan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

⁴⁵ Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2016), 118.

Variabel adalah konsep yang menggambarkan fenomena, dibentuk dengan cara membuat generalisasi untuk dipelajari. Pada penelitian ini, variabel independen dan variabel dependen adalah sebagai berikut:

Variabel independen/ V_x : Media Sosial Wattpad

Variabel dependen/ V_y : Perilaku Keagamaan

2. Indikator Penelitian

Dalam mempermudah penelitian, indikator variabel harus sesuai dengan variabel yang akan diukur. Indikator-indikator dalam penelitian ini yaitu:

a) Indikator Variabel Bebas (x)

Variabel bebas (x) media sosial Wattpad diukur dengan indikator-indikator yaitu:

1) Karakter Individu

Suatu keadaan diri, sikap atau situasi yang merupakan gabungan dari keadaan dan pengalaman yang didapat lewat kehidupan seseorang.

2) Frekuensi.

Frekuensi merupakan tingkat akses dalam penggunaan media sosial Wattpad. Dapat dilihat dari lamanya waktu yang digunakan, seberapa sering mengakses, dan lebih sering menggunakan *smartphone* atau alat komunikasi lainnya untuk mengakses media tersebut

3) Konten Dakwah

Konten dakwah merupakan isi atau informasi yang mengandung pesan keislaman. Meliputi apakah terdapat cerita bertemakan dakwah di media sosial Wattpad. Ketertarikan dengan cerita dakwah yang disajikan. Cerita dakwah yang dikemas secara menarik dalam

genre spiritual. Cerita dakwah yang mengandung pesan moral.

b) Indikator Variabel Terikat (y)

Variabel terikat (y) perilaku keagamaan diukur dengan indikator-indikator yaitu:

1) Ideologis

Dimensi ini mengukur tingkatan sejauh mana seseorang berpegang teguh pada pandangan teologis. Dengan begitu, keyakinan berpengaruh dalam aktivitasnya. Misalnya: keyakinan mengenai adanya Tuhan, malaikat, nabi/rasul, kitab Allah, surga neraka dan qadha qadar.

2) Konsekuensial

Dimensi ini mengenai sejauh mana mad'u mau berkomitmen dengan ajaran agama dalam kehidupannya. Dimensi ini berhubungan dengan perbuatan atau perilaku seseorang di kesehariannya. Contohnya tolong-menolong, bekerjasama, tidak berbohong, tidak menipu, toleransi, mematuhi norma Islam dan lain-lain. Dimensi konsekuensial cenderung pada hubungan manusia dengan manusia lainnya.

3) Intelektual

Dimensi ini mengacu pada sejauh mana pengetahuan, pengertian mad'u mengenai keagamaan, dan sejauh mana untuk melakukan aktivitas guna menambah pemahaman dalam hal keagamaan, contohnya mendengarkan ceramah, membaca buku yang bertemakan agama, dan tertraik dalam kegiatan beragam dilingkungan sekitar.

Tabel 3. 3 Kisi-kisi instrumen penelitian media sosial Wattpad

Variabel	Instrumen	Pertanyaan		Jumlah		
		P	N	+	-	Σ
Media sosial Wattpad	Karakter Individu	1,2,3,4,5	-	5	0	5
	Frekuensi	6,7,8,9,10	-	5	0	5
	Konten Dakwah	11,12,13,14,15	-	5	0	5
Jumlah		-	-	15	0	15

Tabel 3.4 Kisi-kisi instrumen penelitian perilaku keagamaan

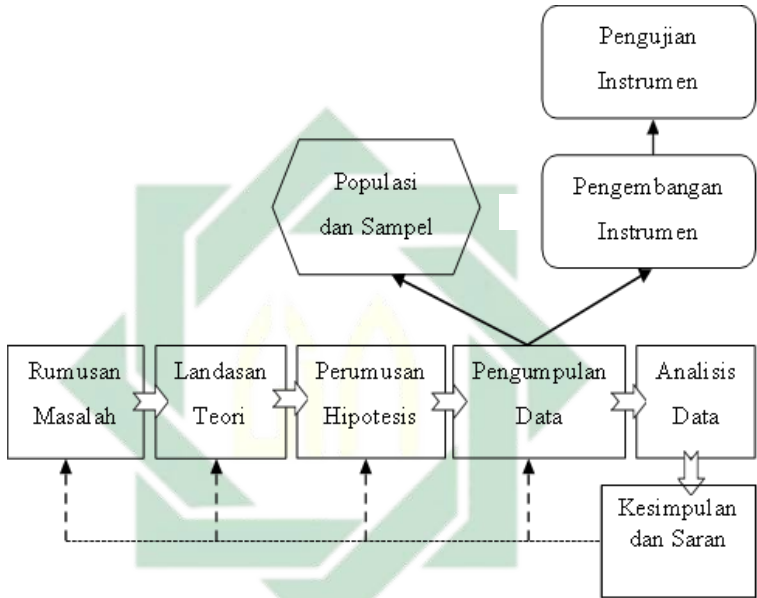
Variabel	Instrumen	Pertanyaan		Jumlah		
		P	N	+	-	Σ
Perilaku Keagamaan	Ideologis	1,2,3,4,5,6	-	6	0	6
	Konsekuensional	7.8.9.10.11.12	-	6	0	6
	Intelektual	13,14,15,16	-	4	0	4
Jumlah		-	-	16	0	16

F. Tahap-Tahap Penelitian

Salah satu hal yang penting dalam penelitian adalah tahap-tahap penelitian. Tahapan penelitian disusun secara sistematis karena akan berpengaruh pada hasil.

Proses penelitian kuantitatif menurut Sugiyono adalah sebagai berikut:⁴⁶

Gambar 3. 1 Tahap penelitian kuantitatif



Peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti; pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan. Jika masalah dapat teridentifikasi, kemudian masalah akan segera dirumuskan menjadi rumusan masalah menggunakan kalimat pertanyaan yaitu apakah media sosial Wattpad berpengaruh terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* *READERZEN* dan sejauh mana

⁴⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. (Bandung: Alfabeta, 2015), 49.

pengaruhnya?.

Kemudian peneliti memilih teori yang relevan dengan rumusan masalah. Penelitian ini menggunakan teori *uses and effect*. Kemudian untuk jawaban sementara terhadap rumusan masalah dinamakan hipotesis.

Hipotesis kemudian diyakinkan dengan bukti kebenarannya secara empiris/nyata. Hipotesis penelitian ini adalah ada pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN dan tidak ada pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN.

Penelitian ini merupakan penelitian sampel populasi. Pengembangan instrumen dalam penelitian menggunakan *kuesioner* (angket) untuk mendapatkan data. Agar instrumen dapat dipertanggungjawabkan, kemudian diuji validitas dan reliabilitas.

Jika data sudah diuji validitas dan reliabilitas, kemudian data dianalisis menggunakan uji Tau Kendall sehingga dapat menjawab rumusan masalah. Data kemudian diberikan pembahasan statistik karena merupakan penelitian kuantitatif.

Setelah data hasil analisis disajikan, selanjutnya tahap kesimpulan untuk menyimpulkan jawaban data yang sudah dianalisis. Setelah membuat kesimpulan, peneliti berkewajiban memberikan saran dan rekomendasi.

G. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi pada penelitian ini adalah teknik pengamatan jenis observasi penelitian. Dengan mengambil bagian dalam kehidupan objek yang akan di observasi⁴⁷ yaitu karyawan *Writer Agency* READERZEN. Sehingga didapatkan representasi jelas mengenai seberapa jauh media sosial Wattpad berpengaruh terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN.

2. Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara, yaitu melakukan kegiatan tanya jawab kepada karyawan *Writer Agency* READERZEN guna untuk mendapatkan keterangan mengenai data-data yang dibutuhkan,

3. *Kuesioner* (angket)

Menurut Widoyoko *kuesioner* adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan kepada responden mengenai data yang dibutuhkan dalam bentuk pertanyaan secara tertulis.

Penelitian ini yaitu *kuesioner* tertutup menggunakan *Google Form* untuk memudahkan dalam pengumpulan data dari responden, dengan cara menyebarkan *link* dan mendapatkan hasil dari tanggapan responden.⁴⁸

4. Dokumentasi

⁴⁷ Syahrul, dkk., *Metodologi Penelitian Pembelajaran*, (Bandung: SUKABINA Press, 2017), 60.

⁴⁸ Syahrul, dkk., *Metodologi Penelitian Pembelajaran*, (Bandung: SUKABINA Press, 2017), 63.

Dokumentasi merupakan kumpulan data-data yang relevan dengan penelitian. Dokumen didapat melalui buku, jurnal, skripsi, dan artikel untuk melengkapi data penelitian yang termasuk data sekunder.

H. Teknik Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian

1. Validitas

Validitas merupakan teknik yang menunjukkan tingkat kesahihan instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan valid maka tingkat kesahihan tinggi, sebaliknya jika instrumen dinyatakan tidak valid maka tingkat kesahihan rendah.⁴⁹

Penelitian ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* yaitu membandingkan r tabel dengan r hitung. Jika r hitung $>$ r tabel maka dapat dipastikan instrumen penelitian valid.

Menurut Sugiono, instrumen dinyatakan valid apabila tiap faktor memiliki koefisien *corrected item total correlation* positif dan besarnya 0,05 keatas.⁵⁰ Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut.⁵¹

- a) Jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

⁴⁹ Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2016), 87.

⁵⁰ Sugiyono. *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. (Alfabet, 2008), 121.

⁵¹ Dwi Priyatno. *Mandiri Belajar SPSS. (Statistical Product and Service Solution) Untuk Analisis Data Dan Uji Statistik*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 23.

- b) Jika r hitung $< r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Realibilitas

Reliabilitas memiliki tujuan untuk mengetahui hasil pengukuran setiap variabel, yaitu jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap permasalahan dengan menggunakan alat pengukur yang sama akan konsisten atau tidak. Penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach*.

Metode *Alpha Cronbach* digunakan dengan menghitung reliabilitas suatu gejala yang mengukur sikap atau perilaku. Penelitian akan dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$.

- a) Jika koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka pertanyaan dinyatakan reliabel
b) Jika koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka pertanyaan dinyatakan tidak reliabel

Ada beberapa tahapan dalam perhitungan uji reliabilitas teknik *Alpha Cronbach*, yaitu:

- 1) Menentukan nilai varian setiap butir pertanyaan

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

- 2) Menentukan nilai varian total

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

- 3) Menentukan reliabilitas instrumen

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

x_i = jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

$\sum x$ = total jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

σ_t^2 = varian total

\sum_b^2 = jumlah varian butir

k = jumlah butir pertanyaan

r_{11} = koefisien reliabilitas instrumen

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji asumsi dasar dalam mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini menggunakan uji *Shapiro-Wilk* dengan bantuan *SPSS versi 26 for window*. Uji normalitas menggunakan *Shapiro-Wilk* karena jumlah sampelnya kecil yaitu kurang dari 50. Untuk menentukan data berdistribusi normal maka yang menentukan adalah nilai signifikansi. Jika Sig. > 0,05 maka variabel berdistribusi normal dan akan diuji menggunakan uji statistik parametrik. Jika Sig. < 0,05 maka variabel tidak berdistribusi normal maka dan akan diuji menggunakan uji statistik non parametrik.⁵²

⁵² Tri Hidayati dan Ita Handayani, *Statistika Dasar*. (CV. Pena Persada: Purwokerto, 2019), 77.

2. Uji Korelasi Tau Kendall

Korelasi Tau Kendall merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel data berskala ordinal dengan melihat hubungan variabel berdasarkan nilai signifikansi, tingkat keeratan hubungan, dan melihat arah hubungan antar variabel. Tau Kendall termasuk dalam statistik non parametrik, dengan begitu tidak ada persyaratan bahwa data harus berdistribusi normal dan linear. Tau Kendall disimbolkan dengan (τ).⁵³

Untuk melihat hubungan atau pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN digunakan taraf signifikansi yaitu 0,05 :

- a) Apabila sig. $< 0,05 = H_0$ ditolak, maka ada pengaruh antara media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN.
- b) Apabila sig. $> 0,05 = H_0$ diterima, maka tidak ada pengaruh antara media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN.

Nilai Tau Kendall berada di antara $-1 \leq \tau \leq 1$. Bila nilai $= 0$, maka tidak terdapat hubungan atau pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai $\tau = +1$ artinya terdapat hubungan atau pengaruh yang positif antara variabel dan menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik). Nilai $\tau = -1$ artinya terdapat hubungan atau pengaruh negatif antara variabel

⁵³ Nanang Martono. *Statistik Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS*. (Gava Media: Yogyakarta: 2010), 232.

dan menunjukkan hubungan tidak searah (X naik maka Y turun). Dengan kata lain tanda “+” dan “-” menunjukkan arah hubungan atau pengaruh.⁵⁴

Untuk menghitung Tau Kendall dibantu menggunakan *SPSS versi 26 for windows* dengan rumus:

$$\tau = \frac{(\sum A - \sum B)}{\frac{N(N - 1)}{2}}$$

Keterangan :

τ = Koefisien korelasi kendall tau yang besarnya ($-1 \leq \tau \leq 1$)

A = Jumlah rangking atas

B = Jumlah Rangking bawah

N = Jumlah anggota sampel

Kekuatan hubungan antara variabel ditunjukkan melalui nilai korelasi koefisien. Berikut adalah tabel nilai korelasi beserta makna nilainya⁵⁵:

Tabel 3. 5 Makna Nilai Tau Kendall

⁵⁴ Azwar, S. Reliabilitas dan Validitas. (Yogyakarta: Sigma Alpha, 2011), 91.

⁵⁵ Nanang Martono. Statistik Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS. (Gava Media: Yogyakarta, 2010), 233

Interval	Makna
0,00 – 0,19	Sangat rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Tinggi
0,80 – 1,00	Sangat tinggi



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. *Writer Agency* READERZEN

a) Profil Lembaga

READERZEN didirikan pada 28 Juni 2020. READERZEN diambil dari kata “reader” (pembaca) dan “citizen” (warga), yang diartikan sebagai warga pembaca atau orang-orang yang bernaung untuk melestarikan literasi di Indonesia.⁵⁶

Awalnya READERZEN merupakan penerbitan independen yang fokus pada penerbitan karya prosa fiksi. Seiring berjalannya waktu pada 31 Januari 2021, READERZEN mengekspansi bisnisnya menjadi agensi penulis yang memperkenalkan fungsi agensi kepada para penulis Indonesia. Dan mematahkan persepsi bahwa bukan hanya entertainment yang dinaungi agensi, bahwa seorang penulis juga perlu agensi yang tak hanya menaungi, melainkan melatih, menerbitkan buku, dan melakukan branding.

READERZEN hadir membantu penulis dalam setiap prosesnya dan sebagai penggerak literasi yang tidak hanya fokus kepada penjualan, tetapi juga pengadaan konten literasi, acara, hingga

⁵⁶ <https://readerzen-agency.com/> Diakses pada 20 November 2021.

kontes. READERZEN ingin menjadi wadah yang besar bagi penulis maupun pembaca.⁵⁷

Nama : READERZEN *Writer Agency*

Alamat : Jl. Madrasah Kel No.65 RT.01/RW.006,
Jagakarsa, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta
Selatan.

Telepon: +62 821-2504-6681

Email : mail@readerzen-agency.com

Website: www.readerzen-agency.com

Gambar 4.1 Logo Writer Agency READERZEN



- b) Visi, Misi dan Nilai READERZEN *Writer Agency*
- 1) Visi READERZEN *Writer Agency* adalah menjadi agensi kepenulisan terbaik di Indonesia dan menciptakan penulis-penulis profesional yang berdaya saing bagi di Indonesia maupun dunia.
 - 2) Misi READERZEN *Writer Agency* adalah sebagai berikut:

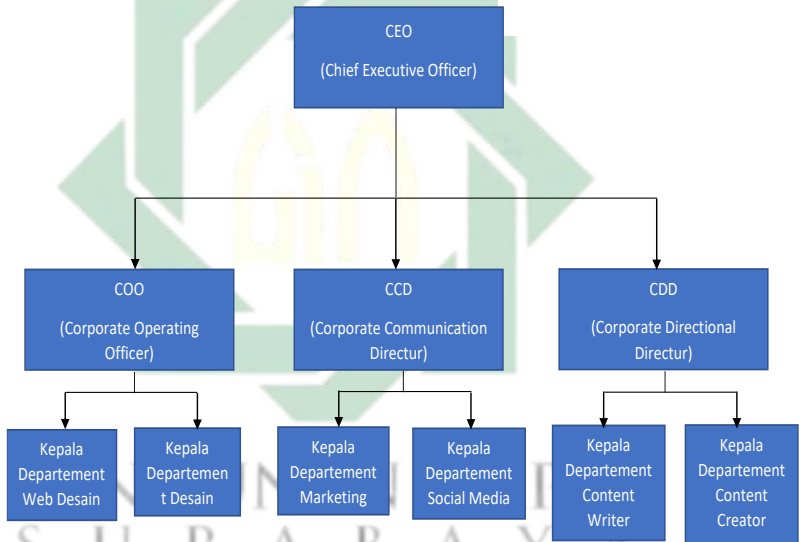
⁵⁷ <https://readerzen-agency.com/tentang-kami/> Diakses pada 20 November 2021.

- (a) Menjadi rekan terbaik untuk penulis dengan menemaninya berproses menulis dan menerbitkan buku.
 - (b) Memberi pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan wawasan setiap penulis, hingga penerbitan, dan promosi.
 - (c) Memastikan setiap program tertata dengan baik oleh sistem dan peraturan yang telah dibuat.
 - (d) Memastikan progres kepenulisan berjalan dengan baik, sehingga karyan mampu berdaya saing di Indonesia dan dunia.
 - (e) Menggerakkan #READERZENTanggap Literasi kepada khalayak, sehingga dampak baik literasi dirasakan oleh banyak pihak, bukan hanya para penulis READERZEN.
- 3) Nilai READERZEN *Writer Agency*
- (a) Kreatif
Rekan Penulis yang hadir dengan membawa tulisan yang apik dan dikenang.
 - (b) Inovatif
Rekan Penulis yang siap mengikuti perkembangan zaman dan menghadirkan cerita yang inovatif.
 - (c) Tanggap
Rekan Penulis yang tahu dan sadar kebutuhan masyarakat akan literasi, paham baik mengenai literasi, dan bergerak tanggap untuk memberikan yang terbaik.
 - (d) Berdaya Saing
Rekan Penulis yang disiplin dalam pelatihan, menulis dengan tulus, dan akhirnya mampu berdaya saing di Indonesia maupun dunia.

c) Struktur Organisasi *READERZEN Writer Agency*

Struktur Organisasi merupakan susunan posisi antara satu dengan yang lain untuk pemisahan kegiatan, aktivitas, dan fungsi yang dibatasi. Struktur organisasi *READERZEN Writer Agency* dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini.

Gambar 4.2 Struktur organisasi *Writer Agency* *READERZEN*

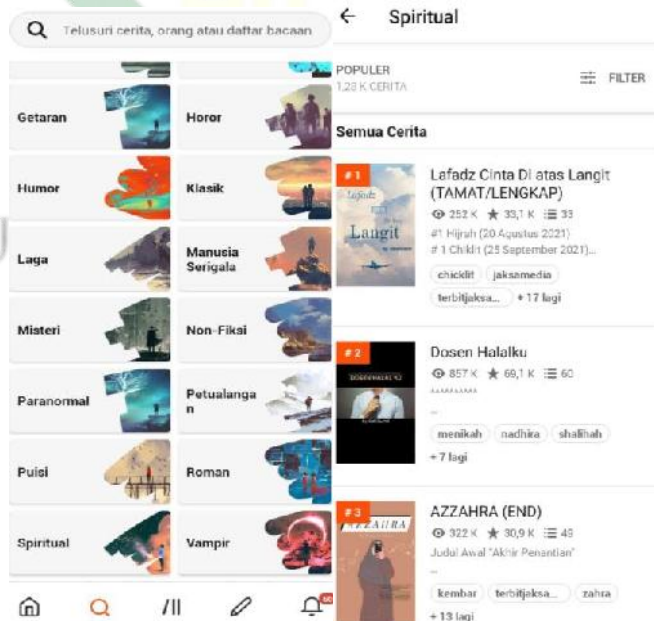


2. Media Sosial Wattpad milik Karyawan *Writer Agency* *READERZEN*

Media sosial Wattpad adalah salah satu media yang digandrungi oleh karyawan *Writer Agency* *READERZEN*. Mereka dapat menyalurkan hobi menulis maupun membaca di media sosial ini. Hal ini membuktikan bahwa masih banyak orang yang

memiliki ketertarikan pada hal kepenulisan, dan media sosial Wattpad membantu mereka dalam menyalurkan rasa ketertarikan itu. Berbagai macam tulisan berbentuk cerita pendek dapat ditemukan, dengan bermacam *genre*. Cerita pendek Islami masuk dalam kategori *spiritual* yang dimanfaatkan untuk berdakwah sehingga pembaca mendapatkan ilmu mengenai ajaran Islam. Dakwah dalam media sosial Wattpad diakui sebagai strategi dakwah yang efisien dan efektif, hal tersebut karena media digital yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja dengan internet melalui media, antara lain yaitu *smartphone*, laptop dan komputer.

Gambar 4.3 Tampilan media sosial Wattpad via smartphone



Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Tasya selaku karyawan *Writer Agency* READERZEN mengatakan Wattpad adalah media sosial yang sangat familiar, apalagi di kalangan remaja. Pengguna dapat menulis sebuah cerita dan pengguna lainnya dapat membaca cerita yang dibuat secara gratis tanpa biaya, dan media ini dapat diakses kapanpun dimanapun. Tasya menjelaskan bahwa ia sering mengakses cerita *genre* spiritual atau tema dakwah dan pesan dakwah juga dapat ditemukan secara implisit di cerita *genre* lainnya, sehingga secara tidak langsung memengaruhi pola pikir dan perilaku keagamaan dalam kehidupan sehari-hari dan dapat dimanfaatkan untuk menambah informasi yang tidak didapatkan secara formal mengenai ilmu keislaman.⁵⁸

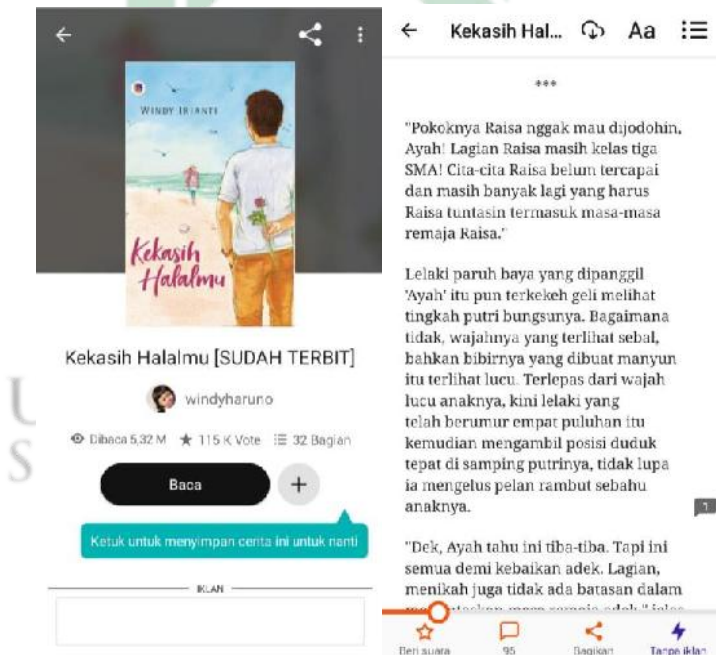
Kemudian karyawan lainnya, yaitu Febrina menjelaskan bahwa membaca Wattpad *genre spiritual* saat mengisi waktu luang sangat bermanfaat, ia mendapatkan pengetahuan baru dari cerita Wattpad dan dapat menambah skill menulisnya karena Febrina mencoba membuat cerita dalam media sosial ini. Selain itu, ia juga mengatakan bahwa *genre spiritual* tidak terlalu banyak didapatkan daripada *genre* romansa, tetapi didalam cerita *genre* lainnya mengandung dakwah yang disampaikan secara tersirat. Di media sosial Wattpad banyak ditemukan cerita karya penulis yang menarik perhatian penerbit,

⁵⁸ Wawancara, Tasya 27 November 2021

sehingga karyanya dapat menghasilkan peluang besar.⁵⁹

Seringkali karyawan *Writer Agency* READERZEN juga membaca Wattpad bergenre *spiritual* contohnya cerita yang berjudul *Kekasih Halalmu* karya Windy Irianti, *My Destiny* karya Nakitha, *Toughness of Humaira* karya Ulfa Zahwani. Cerita-cerita tersebut bahkan terbit menjadi novel dan menjadi cerita *best seller*. Secara tidak langsung dengan membaca cerita bergenre *spiritual* dapat pengetahuan lebih mengenai agama.

Gambar 4.4 Tampilan tulisan di media sosial Wattpad



⁵⁹ Wawancara, Febrina 27 November 2021

Berdasarkan data yang didapatkan melalui hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, bahwa karyawan *Writer Agency* READERZEN menggunakan media sosial Wattpad untuk menyalurkan hobi membaca atau menulis di waktu luang dan mendapatkan pengetahuan baru mengenai ajaran Islam dari cerita yang telah dibaca, sehingga secara tidak langsung memengaruhi pola pikir dan perilaku keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Profil Umum Responden Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu karyawan *Writer Agency* READERZEN yang berjumlah 21 orang.

- a) Data responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4. 1 Data responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Responden	Jumlah
1	Perempuan	14
2	Laki-laki	7
Total		21

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan sebanyak 14 reponden, sedangkan sisanya laki-laki sebanyak 7 orang.

- b) Data responden berdasarkan usia

Tabel 4. 2 Data responden berdasarkan usia

No.	Usia	Jumlah
1	18	1
2	19	3
3	20	4
4	21	7
5	22	6
Total		21

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden berusia 21 tahun yaitu sebanyak 7 orang, kemudian usia 22 tahun sebanyak 6 orang, 20 tahun sebanyak 4 orang, 19 tahun sebanyak 3 orang dan terakhir usia 18 tahun yaitu berjumlah 1 orang.

B. Penyajian Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket (*kuesioner*) untuk menggali data-data. Penyajian data yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui validitas instrumen dari masing-masing butir pertanyaan. Kuesioner terdiri dari 31 butir pertanyaan skala *Likert*. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dan r tabel untuk 21 responden diperoleh r tabel sebesar 0,433 dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). Hasil uji validitas

menggunakan *SPSS versi 26 for windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil validitas variabel media sosial Wattpad (X).

Pertanyaan	Pearson Correlation	R tabel	Keterangan
P1	0,852	0,433	Valid
P2	0,870	0,433	Valid
P3	0,859	0,433	Valid
P4	0,882	0,433	Valid
P5	0,831	0,433	Valid
P6	0,790	0,433	Valid
P7	0,821	0,433	Valid
P8	0,800	0,433	Valid
P9	0,683	0,433	Valid
P10	0,722	0,433	Valid
P11	0,897	0,433	Valid
P12	0,908	0,433	Valid
P13	0,864	0,433	Valid
P14	0,883	0,433	Valid
P15	0,850	0,433	Valid

Dari hasil uji diatas variabel Media Sosial Wattpad (X) dinyatakan valid (signifikan), karena seluruh r hitung yang diperoleh lebih besar dari r tabel dengan taraf signifikansi 0,05.

Tabel 4.4 Hasil validitas variabel perilaku keagamaan (Y)

Pertanyaan	Pearson Correlation	R tabel	Keterangan
P1	0,818	0,433	Valid

P2	0,818	0,433	Valid
P3	0,816	0,433	Valid
P4	0,816	0,433	Valid
P5	0,028	0,433	Tidak Valid
P6	0,818	0,433	Valid
P7	0,260	0,433	Tidak Valid
P8	0,861	0,433	Valid
P9	0,451	0,433	Valid
P10	0,794	0,433	Valid
P11	0,141	0,433	Tidak Valid
P12	0,589	0,433	Valid
P13	0,914	0,433	Valid
P14	0,914	0,433	Valid
P15	0,874	0,433	Valid
P16	0,919	0,433	Valid

Dari hasil uji diatas variabel Perilaku Keagamaan (Y) dapat diketahui bahwa ada tiga item pertanyaan dinyatakan tidak valid, yaitu pada pertanyaan P5 dengan r hitung $0,028 < 0,433$, pertanyaan P7 dengan r hitung $0,260 < 0,433$, dan pertanyaan P11 dengan r hitung $0,141 < 0,433$. Item yang dinyatakan tidak valid, tidak akan digunakan sebagai bahan penelitian, sedangkan item yang valid dapat digunakan sebagai bahan penelitian.

Maka dalam penelitian ini, item pertanyaan valid yang dapat digunakan dalam penelitian berjumlah 28 butir pertanyaan yaitu dalam variabel Media sosial Wattpad (X) terdapat 15 pertanyaan dan variabel Perilaku Keagamaan (Y) terdapat 13 pertanyaan.

2. Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Reliabilitas variabel X

Dalam variabel Media Sosial Wattpad (X) terdapat 15 pertanyaan diuji reliabilitasnya. Item pertanyaan yang terbukti validitasnya kemudian dilanjutkan dengan teknik *Cronbach's Alpha* menggunakan *SPSS versi 26 for windows* yang disajikan seperti berikut:

Tabel 4. 5 Reliabilitas variabel Media Sosial Wattpad (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.968	15

Dari hasil statistik reliabilitas pada variabel media sosial Wattpad (X) diatas dapat dinyatakan bahwa 15 pertanyaan dengan *Cronbach's Alpha* 0,968 > 0,6, maka variabel X dikatakan reliabel, artinya data bisa dipercaya sebagai alat ukur pengumpulan data.

b. Hasil Uji Realiabilitas variabel Y

Dalam variabel Perilaku Keagamaan (Y) terdapat 13 pertanyaan yang diuji reliabilitasnya dengan menggunakan *SPSS versi 26 for windows* dengan hasil seperti berikut:

Tabel 4. 6 Reliabilitas variabel Perilaku Keagamaan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	13

Dari hasil statistik reliabilitas pada variabel perilaku keagamaan (Y) diatas dapat dinyatakan bahwa 15 pertanyaan dengan *Cronbach's Alpha* 0,935 > 0,6 maka variabel Y dikatakan reliabel.

3. Tabel Frekuensi Jawaban Responden

Tabel 4. 7 Penggunaan Wattpad untuk menyalurkan hobi baca dan menulis.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	9.5	9.5	9.5
	KS	3	14.3	14.3	23.8
	S	10	47.6	47.6	71.4
	SS	6	28.6	28.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 6 responden atau sebesar 28,6% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 10 responden atau 47,6%, kurang setuju sebanyak 3 responden atau 14,3% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%.

Tabel 4. 8 Penggunaan media sosial Wattpad untuk mencari informasi tambahan mengenai hak yang saya sukai.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	9.5	9.5	9.5
	TS	2	9.5	9.5	19.0
	KS	7	33.3	33.3	52.4
	S	3	14.3	14.3	66.7
	SS	7	33.3	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 7 responden atau sebesar 33,3% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 3 responden atau 14,3%, kurang setuju sebanyak 7 responden atau 33,3%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%.

Tabel 4. 9 Penggunaan media sosial Wattpad untuk membantu dalam mengasah skill menulis.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	9.5	9.5	9.5
	TS	2	9.5	9.5	19.0
	KS	4	19.0	19.0	38.1
	S	7	33.3	33.3	71.4

SS	6	28.6		28.6
Total	21	100.0		100.0

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 6 responden atau sebesar 28,6% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 7 responden atau 33,3%, kurang setuju sebanyak 4 responden atau 19,0%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%.

Tabel 4. 10 Dapat belajar menemukan solusi dalam memecahkan permasalahan kehidupan melalui cerita yang ada dalam Wattpad.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	9.5	9.5	9.5
	TS	4	19.0	19.0	28.6
	KS	6	28.6	28.6	57.1
	S	6	28.6	28.6	85.7
	SS	3	14.3	14.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 3 responden atau sebesar 14,3% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 6 responden atau 28,6%, kurang setuju sebanyak 6 responden atau 28,6%, tidak setuju sebanyak 4 responden atau 19,0% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%.

Tabel 4. 11 Menggunakan media sosial Wattpad untuk mendapatkan teman diskusi dalam kesamaan hobi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	19.0	19.0	19.0
	TS	3	14.3	14.3	33.3
	KS	2	9.5	9.5	42.9
	S	7	33.3	33.3	76.2
	SS	5	23.8	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 5 responden atau sebesar 23,8% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 7 responden atau 33,3%, kurang setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%, tidak setuju sebanyak 3 responden atau 14,3% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 responden atau 19,0%.

Tabel 4. 12 Menggunakan media sosial Wattpad untuk mengisi waktu luang di sela-sela kegiatan saya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	14.3	14.3	14.3
	TS	1	4.8	4.8	19.0
	KS	2	9.5	9.5	28.6
	S	7	33.3	33.3	61.9

SS	8	38.1	38.1	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 8 responden atau sebesar 38,1% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 7 responden atau 33,3%, kurang setuju sebanyak 2 responden atau 4,8%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 4,8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 14,3%.

Tabel 4. 13 Menggunakan media sosial Wattpad satu minggu 3 kali.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	19.0	19.0	19.0
	TS	5	23.8	23.8	42.9
	KS	4	19.0	19.0	61.9
	S	2	9.5	9.5	71.4
	SS	6	28.6	28.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 6 responden atau sebesar 28,6% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%, kurang setuju sebanyak 4 responden atau 19,0%, tidak setuju sebanyak 5 responden atau 23,8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 responden atau 19,0%.

Tabel 4. 14 Mengakses media sosial Wattpad minimal 30 menit dalam sehari.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	19.0	19.0	19.0
	TS	7	33.3	33.3	52.4
	KS	3	14.3	14.3	66.7
	S	2	9.5	9.5	76.2
	SS	5	23.8	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 5 responden atau sebesar 23,8% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%, kurang setuju sebanyak 3 responden atau 14,3%, tidak setuju sebanyak 7 responden atau 33,3% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 responden atau 19,0%.

Tabel 4. 15 Mengakses Aplikasi Wattpad melalui Smartphone.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	4.8	4.8	4.8
	KS	2	9.5	9.5	14.3
	S	9	42.9	42.9	57.1
	SS	9	42.9	42.9	100.0

Total	21	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 9 responden atau sebesar 42,9% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 9 responden atau 42,9%, lalu yang menjawab kurang setuju sebanyak 2 responden atau 9,5% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 4,8%.

Tabel 4. 16 Menggunakan media sosial Wattpad untuk mengikuti tren saat ini.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	19.0	19.0	19.0
	TS	4	19.0	19.0	38.1
	KS	4	19.0	19.0	57.1
	S	8	38.1	38.1	95.2
	SS	1	4.8	4.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 4,8% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 8 responden atau 38,1%, kurang setuju sebanyak 4 responden atau 19,0%, tidak setuju sebanyak 4 responden atau 19,0% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 responden atau 19,0%.

Tabel 4. 17 Menggunakan media sosial Wattpad untuk mencari ilmu tambahan tentang keislaman yang tidak didapatkan secara formal.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	14.3	14.3	14.3
	TS	1	4.8	4.8	19.0
	KS	9	42.9	42.9	61.9
	S	3	14.3	14.3	76.2
	SS	5	23.8	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 5 responden atau sebesar 23,8% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 3 rsponden atau 14,3%, kurang setuju sebanyak 9 responden atau 42,9%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 4,8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 14,3%.

Tabel 4. 18 Menggunakan media sosial Wattpad untuk mencari cerita yang dapat mencontohkan perilaku baik dalam kehidupan sehari-hari.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	9.5	9.5	9.5
	TS	3	14.3	14.3	23.8
	KS	6	28.6	28.6	52.4

S	6	28.6	28.6	81.0
SS	4	19.0	19.0	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 4 responden atau sebesar 19,0% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 6 responden atau 28,6%, kurang setuju sebanyak 6 responden atau 28,6%, tidak setuju sebanyak 3 responden atau 14,3% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%.

Tabel 4. 19 Materi dakwah dalam media sosial Wattpad tidak hanya pada genre spiritual, tetapi ada pada genre lain yang disampaikan secara tersirat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	9.5	9.5	9.5
	TS	1	4.8	4.8	14.3
	KS	3	14.3	14.3	28.6
	S	6	28.6	28.6	57.1
	SS	9	42.9	42.9	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 9 responden atau sebesar 42,9% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 6 responden atau 28,6%, kurang setuju sebanyak 3

responden atau 14,3%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 4,8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%.

Tabel 4. 20 Menggunakan media sosial Wattpad sebagai media dakwah merupakan ide bagus karena mengikuti perkembangan zaman.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	9.5	9.5	9.5
	TS	1	4.8	4.8	14.3
	KS	3	14.3	14.3	28.6
	S	9	42.9	42.9	71.4
	SS	6	28.6	28.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 6 responden atau sebesar 28,6% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 9 responden atau 42,9%, kurang setuju sebanyak 3 responden atau 14,3%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 4,8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%.

Tabel 4. 21 Menyenukai cerita di Aplikasi Wattpad bertema dakwah karena banyak pesan moral.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	STS	2	9.5	9.5	9.5
	TS	2	9.5	9.5	19.0
	KS	5	23.8	23.8	42.9
	S	7	33.3	33.3	76.2
	SS	5	23.8	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 5 responden atau sebesar 23,8% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 7 responden atau 33,3%, kurang setuju sebanyak 5 responden atau 23,8%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%.

Tabel 4. 22 Keyakinan responden kepada Allah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	8	38.1	38.1	38.1
	SS	13	61.9	61.9	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 13 responden atau sebesar 61,9% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 8 responden atau 38,1%.

Tabel 4. 23 Keyakinan responden bahwa amal baik dan buruk akan dicatat oleh malaikat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	8	38.1	38.1	38.1
	SS	13	61.9	61.9	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 13 responden atau sebesar 61,9% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 8 responden atau 38,1%.

Tabel 4. 24 Keyakinan responden bahwa Al-Qur'an adalah kitab penyempurna dari kitab pendahulu sebagai pedoman hidup manusia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	9	42.9	42.9	42.9
	SS	12	57.1	57.1	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 12 responden atau sebesar 57,1% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 9 responden atau 42,9%.

Tabel 4. 25 Keyakinan responden bahwa nabi Muhammad adalah nabi dan rasul penutup, yang menjadi suri tauladan bagi umat muslim.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	9	42.9	42.9	42.9
	SS	12	57.1	57.1	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 12 responden atau sebesar 57,1% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 9 responden atau 42,9%.

Tabel 4. 26 Keyakinan responden bahwa semua yang terjadi pada kita adalah ketentuan dari Allah SWT.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	8	38.1	38.1	38.1
	SS	13	61.9	61.9	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 13 responden atau sebesar 61,9% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 8 responden atau 38,1%.

Tabel 4. 27 Mengucapkan salam apabila bertemu dengan orang lain.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	9.5	9.5	9.5
	KS	3	14.3	14.3	23.8
	S	9	42.9	42.9	66.7
	SS	7	33.3	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 7 responden atau sebesar 33,3% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 9 responden atau 42,9%, kurang setuju sebanyak 3 responden atau 14,3%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5%.

Tabel 4. 28 Tidak menyukai hal yang bersifat boros dan menghambur-hamburkan uang.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	14.3	14.3	14.3
	S	7	33.3	33.3	47.6
	SS	11	52.4	52.4	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 11 responden atau sebesar 52,4% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak

7 responden atau 33,3%, kurang setuju sebanyak 3 responden atau 14,3%.

Tabel 4. 29 Merasa sedih jika terjadi konflik antar umat beragama.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	19.0	19.0	19.0
	S	10	47.6	47.6	66.7
	SS	7	33.3	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 7 responden atau sebesar 33,3% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 10 responden atau 47,6% dan yang menjawab sangat kurang setuju sebanyak 4 responden atau 19,0%.

Tabel 4. 30 Tidak memaksakan ajaran agama saya terhadap teman saya yang non muslim.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	4.8	4.8	4.8
	S	8	38.1	38.1	42.9
	SS	12	57.1	57.1	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju

pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 12 responden atau sebesar 57,1% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 8 responden atau 38,1% dan yang menjawab kurang setuju sebanyak 1 orang atau 4,8%

Tabel 4. 31 Mengakses video tentang agama yang terdapat di media sosial.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	19.0	19.0	19.0
	TS	1	4.8	4.8	23.8
	KS	1	4.8	4.8	28.6
	S	7	33.3	33.3	61.9
	SS	8	38.1	38.1	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 8 responden atau sebesar 38,1% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 7 responden atau 33,3%, kurang setuju sebanyak 1 responden atau 4,8%, yang menjawab tidak setuju 1 responden atau 4,8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 responden atau 19,0%.

Tabel 4. 32 Membaca buku-buku bergenre agama/spiritual melalui internet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	STS	3	14.3	14.3	14.3
	TS	2	9.5	9.5	23.8
	KS	1	4.8	4.8	28.6
	S	10	47.6	47.6	76.2
	SS	5	23.8	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 5 responden atau sebesar 23,8% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 10 responden atau 47,6%, kurang setuju sebanyak 1 responden atau 4,8%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 9,5% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 14,3%.

Tabel 4. 33 Mengikuti kegiatan keagamaan di lingkungan sosial maupun akun keagamaan di media sosial.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	19.0	19.0	19.0
	TS	1	4.8	4.8	23.8
	KS	3	14.3	14.3	38.1
	S	6	28.6	28.6	66.7
	SS	7	33.3	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 responden atau 33,3%, kemudian yang menjawab setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 6 responden atau sebesar 28,6% sedangkan yang menjawab

kurang setuju sebanyak 3 responden atau 14,3%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 4,8% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 responden atau 19,0%.

Tabel 4. 34 Tertarik mengikuti diskusi mengenai keagamaan di media sosial.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	23.8	23.8	23.8
	KS	2	9.5	9.5	33.3
	S	5	23.8	23.8	57.1
	SS	9	42.9	42.9	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Sesuai dengan tabel diatas dengan 21 responden, dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan diatas yaitu sebanyak 9 responden atau sebesar 42,9% sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 5 responden atau 23,8%, kurang setuju sebanyak 2 responden atau 9,5% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5 responden atau 23,8%.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Normalitas *Shapiro-Wilk*

Tabel 4. 35 Uji Normalitas Shapiro-Wilk

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Media Sosial Wattpad	.185	21	.058	.879	21	.014
Perilaku Keagamaan	.246	21	.002	.815	21	.001

a. Lilliefors Significance Correction

Kriteria dalam mengambil keputusan, jika Sig. > 0,05 maka variabel berdistribusi normal. Jika Sig. < 0,05 maka variabel tidak berdistribusi normal.⁶⁰ Pada tabel 4.37 dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a) Nilai signifikansi atau Sig. yang diperoleh dari uji pada variabel media sosial Wattpad (X) sebesar 0,014, dapat dinyatakan data penelitian tidak berdistribusi normal.
- b) Nilai signifikansi atau Sig. yang diperoleh dari uji pada variabel perilaku Keagamaan (Y) sebesar 0,001, dapat dinyatakan data tidak berdistribusi normal.

Sesuai dengan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa uji prasyarat tidak terpenuhi,

⁶⁰ Tri Hidayati dkk., Statistika Dasar, (CV Pena Persada: Purwokerto, 2019), 81.

maka tidak dapat dilanjutkan dan akan berpindah menggunakan uji statistik non parametrik yaitu menggunakan uji korelasi Tau Kendall.

2. Uji Korelasi Tau Kendall

Tabel 4. 36 Uji Korelasi Tau Kendall

			Media Sosial Wattpad	Perilaku Keagamaan
Kendall's tau_b	Media Sosial Wattpad	Correlation Coefficient	1.000	.485**
		Sig. (2-tailed)	.	.003
		N	21	21
	Perilaku Keagamaan	Correlation Coefficient	.485**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.003	.
		N	21	21

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

Sesuai dengan tabel 4.38 diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

- a) Nilai signifikansi atau Sig. (2-tailed) pada variabel media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan sebesar 0,003, maka $0,003 < 0,05$, artinya dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan (nyata). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh media

- sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN.
- b) Berdasarkan harga *Correlation Coefficient* Tau Kendall yaitu sebesar 0,485 yang artinya harga koefisien korelasi bersifat positif, sehingga menunjukkan hasil yang searah. Artinya semakin tinggi penggunaan media sosial Wattpad maka semakin positif perilaku keagamaan seseorang.
 - c) Kemudian, untuk memaknai sejauh mana pengaruh variabel media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan, maka menggunakan tabel makna nilai korelasi Tau Kendall sebagaimana dalam bab III, jika nilai berada pada kisaran 0,00-0,19 yang berarti tingkat pengaruh sangat rendah, 0,20-0,39 yang berarti tingkat pengaruh rendah, 0,40-0,59 yang berarti tingkat pengaruh sedang, 0,60-0,79 yang berarti tingkat pengaruh tinggi, dan 0,80-1,00 yang berarti tingkat pengaruh sangat tinggi. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *Correlation Coefficient* Tau Kendall sebesar 0,485 yang berada pada kisaran 0,40 – 0,59 yang berarti bahwa tingkat pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN sedang.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perspektif Teoretis

Uses and effect adalah teori yang berkaitan antara pengguna, media, dan efek (hasilnya). Maka teori ini menjelaskan komunikasi massa yang disampaikan melalui media akan menimbulkan efek yang dapat memengaruhi sikap atau perilaku penggunanya. Indikator-indikator yang menyebabkan terjadinya

penggunaan media sosial Wattpad pada penelitian ini antara lain yaitu karakter individu, frekuensi dan konten dakwah.

Tabel 4. 37 Respon terhadap indikator variabel X

Indikator	Pertanyaan	Presentase
Karakter Individu	1. Penggunaan media sosial Wattpad untuk menyalurkan hobi membaca dan menulis.	76,2 %
	2. Penggunaan media sosial Wattpad untuk mencari informasi tambahan mengenai hal yang saya sukai.	47,6%
	3. Penggunaan media sosial Wattpad untuk membantu dalam mengasah skill menulis.	61,9%
	4. Dapat belajar menemukan solusi dalam memecahkan permasalahan kehidupan melalui cerita yang ada dalam Wattpad.	42,9%
	5. Menggunakan media sosial Wattpad untuk mendapatkan teman diskusi dalam kesamaan hobi.	57,1%

Frekuensi	6. Menggunakan media sosial Wattpad untuk mengisi waktu luang di sela-sela kegiatan saya.	71,4%
	7. Menggunakan media sosial Wattpad satu minggu 3 kali.	38,1%
	8. Mengakses media sosial Wattpad minimal 30 menit dalam sehari.	33,3%
	9. Mengakses Aplikasi Wattpad melalui Smartphone.	85,8%
	10. Menggunakan media sosial Wattpad untuk mengikuti tren saat ini.	42,9%
Konten Dakwah	11. Menggunakan media sosial Wattpad untuk mencari ilmu tambahan tentang keislaman yang tidak didapatkan secara formal.	38,1%
	12. Menggunakan media sosial Wattpad untuk mencari cerita yang dapat mencontohkan perilaku baik dalam kehidupan sehari-hari.	47,6%

13. Materi dakwah dalam media sosial Wattpad tidak hanya pada genre spiritual, tetapi ada pada genre lain yang disampaikan secara tersirat.	71,5%
14. Menggunakan media sosial Wattpad sebagai media dakwah merupakan ide bagus karena mengikuti perkembangan zaman.	71,5%
15. Menyukai cerita di Aplikasi Wattpad bertema dakwah karena banyak pesan moral	57,1%

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa karyawan *Writer Agency* READERZEN menggunakan media sosial Wattpad untuk menyalurkan hobi membaca atau menulis dan mengakses melalui *smartphone*. Materi dakwah dalam media sosial Wattpad tidak hanya ditemukan pada cerita *genre spiritual* saja, tetapi ada pada *genre* lain yang disampaikan secara tersirat.

Setelah melakukan penelitian terhadap indikator-indikator media sosial Wattpad, peneliti merekap hasil presentase tersebut sesuai indikator:

Tabel 4. 38 Presentase indikator variabel X

Variabel	Indikator	Rata-rata
Media Sosial Wattpad	Karakter Individu	57,14
	Frekuensi	45,72
	Konten Dakwah	57,16

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator konten dakwah menjadi faktor terbesar penggunaan media sosial Wattpad dalam memengaruhi perilaku keagamaan. Hal ini dapat diketahui, karyawan *Writer Agency* READERZEN memiliki perhatian lebih dalam mengakses konten dakwah, mencari ilmu tambahan tentang keislaman yang mengandung banyak pesan moral, yaitu cerita yang dapat mencontohkan perilaku baik dalam kehidupan sehari-hari. Menurut responden materi dakwah dalam media sosial Wattpad tidak hanya pada *genre spiritual*, tetapi ada pada genre lain yang disampaikan secara tersirat.

Menurut teori yang dikemukakan C.Y. Glock dan R Stark perilaku keagamaan adalah satu kesatuan keberagaman yang meliputi perilaku maupun sikap mad'u dalam menerima pesan dakwah. Hasil penelitian perilaku keagamaan yaitu:

Tabel 4. 39 Respon terhadap indikator variabel Y

Indikator	Pertanyaan	Presentase
Ideologis	1. Keyakinan responden kepada Allah SWT	100%

	2. Keyakinan responden bahwa amal baik dan buruk akan dicatat oleh malaikat	100%
	3. Keyakinan responden bahwa Al-Qur'an adalah kitab penyempurna	100%
	4. Keyakinan responden bahwa nabi Muhammad adalah nabi dan rasul penutup	100%
	5. Keyakinan responden bahwa hari kiamat akan datang,	100%
	6. Keyakinan responden bahwa semua yang terjadi pada kita adalah ketentuan dari Allah SWT	100%
Konsekuensial	7. Membantu orang lain yang mengalami kesulitan.	100%
	8. Mengucapkan salam apabila bertemu dengan orang lain.	76,2%
	9. Tidak menyukai hal untuk menghambur-hamburkan uang.	85,7%

	10. Merasa sedih jika terjadi konflik antar umatberagama.	80,9%
	11. Tidak memaksakan ajaran agama saya terhadap teman saya yang non muslim.	100%
	12. Menghormati kedua orang tua saya dan patuh terhadap nasehat-nasehat beliau.	95,2%
Intelektual	13. Mengakses video ceramah bertema dakwah yang ada di media sosial.	71,4%
	14. Membaca buku-buku agama melalui internet.	71,4%
	15. Mengikuti kegiatan keagamaan di lingkungan sosial maupun akun keagamaan di media sosial.	61,9%
	16. Tertarik mengikuti diskusi mengenai keagamaan di media sosial	66,7%

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa media sosial Wattpad dapat memengaruhi perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* *READERZEN* berdasarkan keyakinan tentang keberadaan Tuhan, malaikat, nabi/rasul, kitab Allah, surga neraka dan

qadha qadar. Tidak hanya mengenai keyakinan tetapi juga berpengaruh terhadap perilaku sosial contohnya suka membantu orang lain yang mengalami kesulitan, tidak memaksakan ajaran agama terhadap teman yang berbeda agama.

Setelah melakukan penelitian terhadap indikator-indikator perilaku keagamaan, peneliti merekap hasil presentase tersebut sesuai indikator:

Tabel 4. 40 Presentase indikator variabel Y

Variabel	Indikator	Rata-rata
Perilaku Keagamaan	Ideologis	100
	Konsekuensial	89,67
	Intelektual	67,85

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan *Writer Agency* READERZEN memiliki perhatian lebih pada pandangan teologis, dengan begitu keyakinan akan berpengaruh pada aktivitas atau perilaku yang dilakukannya. Pesan dakwah yang terdapat pada media sosial Wattpad ialah problematika yang memengaruhi perilaku keagamaan seseorang seperti keyakinan bahwa Allah SWT itu satu, amal baik dan buruk akan dicatat oleh malaikat, Al-Qur'an merupakan penyempurna dari kitab pendahulu, nabi Muhammad adalah nabi dan rasul penutup, hari kiamat akan datang dan percaya bahwa semua yang terjadi pada kita adalah ketentuan dari Allah SWT. Dari keyakinan tersebut juga menimbulkan perilaku responden dalam kehidupan sosial sesuai dengan syariat agama Islam. Perilaku tersebut antara lain yaitu

berperilaku baik terhadap sesama, saling tolong menolong, toleransi dan perilaku-perilaku lainnya.

2. Perspektif Dakwah

Ketika seseorang membaca cerita *genre spiritual* (cerita bertema dakwah) di media sosial Wattpad, maka bisa dikatakan bahwa telah terjadinya sebuah komunikasi antara da'i dengan mad'u. Kegiatan komunikasi tersebut menghasilkan pesan yang dapat memengaruhi mad'u dalam hal yang positif. Untuk menarik minat pembaca, di dalam cerita *genre spiritual* atau dakwah, da'i menggunakan bahasa yang santai dan ringan sehingga mudah dimengerti. Cerita yang seringkali diminati pengguna yaitu tentang hubungan dengan lawan jenis dalam ajaran Islam.



Artinya: “yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. Mereka itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka itulah orang-orang yang mempunyai akal”⁶¹

Potongan ayat Al-Zumar ayat 18 diatas menjelaskan bahwa orang-orang yang mempunyai akal adalah orang yang mendengarkan dan kemudian mengikuti hal-hal yang baik. Maka dari itu, sebagai

⁶¹ Al-Qur'an 39:18. Semua terjemahan ayat Al-Qur'an di skripsi ini diambil dari <https://tafsirq.com/>

umat muslim perlu adanya kesadaran dalam mengembangkan pengetahuan agama, yang akan berguna bagi kehidupan maupun perilaku sehari-hari.

Dakwah dapat diartikan sebagai proses mengajak atau memengaruhi orang sehingga menuju ke jalan Allah SWT.⁶² Seperti kandungan pada ayat Al-Qur'an surat Ali-Imron ayat 110:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ
خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya: “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.”⁶³

Media sosial berperan penting dalam perkembangan dakwah. Dakwah tidak lagi hanya dilaksanakan dalam pengajian atau majlis ta'lim saja, tetapi saat ini dakwah disampaikan melalui bantuan teknologi komunikasi dan informasi. Dengan begitu dakwah dapat terus ada meskipun melalui media,

⁶² Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 46.

⁶³ Al-Qur'an 3:110. Semua terjemahan ayat Al-Qur'an di skripsi ini diambil dari <https://tafsirq.com/>

bahkan dapat memengaruhi perilaku keagamaan yang ditimbulkan oleh media tersebut.⁶⁴

Maka dari itu media sosial Wattpad merupakan salah satu cara dalam membantu perkembangan dakwah Islam. Pengguna Wattpad tidak hanya bisa membaca *genre spiritual* atau cerita bertema dakwah saja, sebagian pengguna memanfaatkan aplikasi ini sebagai media untuk menulis cerita dakwah. Fenomena ini terlihat dari adanya berbagai cerita yang mengandung unsur keislaman, contoh beberapa cerita Wattpad yaitu berjudul Kekasih Halalmu karya Windy Irianti, *My Destiny* karya Nakitha, *Toughness of Humaira* karya Ulfa Zahwani. Cerita-cerita tersebut bahkan terbit menjadi novel dan menjadi cerita *best seller*, tentu dikarenakan tingginya minat pembaca cerita *genre spiritual*.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁶⁴ Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2017), 360.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melalui penelitian dan pengolahan data Pengaruh Media Sosial Wattpad Terhadap Perilaku Keagamaan Karyawan *Writer Agency* READERZEN oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan karyawan *Writer Agency* READERZEN. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi atau Sig. (2-tailed) $0,003 < 0,05$, artinya ada pengaruh yang signifikan (nyata).
2. Pengaruh Media Sosial Wattpad terhadap Perilaku Keagamaan Karyawan *Writer Agency* READERZEN memiliki hasil penghitungan *Correlation Coefficient* sejauh 0,485 yang artinya terdapat pengaruh yang positif, sehingga menunjukkan hasil yang searah.

B. Saran dan Rekomendasi

Peneliti bermaksud memberikan saran dan rekomendasi yang dapat bermanfaat bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi penulis atau da'i di media sosial Wattpad hendaknya bisa meningkatkan sentuhan religi dalam memberikan wawasan mengenai nilai-nilai keislaman, sehingga dapat meningkatkan penyebaran dakwah melalui media sosial.

2. Untuk pembaca atau pengguna media sosial Wattpad sebaiknya memilih cerita bergenre spiritual, agar memanfaatkan waktu untuk membaca hal positif dalam memperbaiki perilaku keagamaan.
3. Saran bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian tentang pengaruh media sosial Wattpad terhadap perilaku keagamaan dengan memperluas populasi, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitian.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam menjalankan penelitian, peneliti mendapati beberapa keterbatasan diantaranya:

1. Ruang lingkup dalam penelitian hanya mencakup satu perusahaan sehingga tidak terlalu besar dan luas.
2. Karena melakukan wawancara secara tidak langsung dengan menggunakan media *WhatsApp* kepada responden, peneliti berusaha melakukan semaksimal mungkin untuk mendapat informasi yang didapat dari responden.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmad, Maghfur., *Religiusitas Moderat-Inklusif*. Pustaka Zaman: Semarang, 2002.
- Ancok, Djamaluddin dan Fuat N S., *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Arikunto, Suharsimi., *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Aziz, Moh. Ali., *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Azwar, S., *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Sigma Alpha, 2011.
- Basit, Abdul., *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Bungin, Burhan., *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Hidayati, Tri dan Ita Handayani, *Statistika Dasar*. CV. Pena Persada: Purwokerto, 2019.
- Jalaludin, Rakhmat., *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya, 1999.
- Martono Nanang. *Statistik Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS*. Gava Media: Yogyakarta: 2010.

- Nurudin. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Rakagrafindo Persada, 2007.
- Priyatno, Dwi., *Mandiri Belajar SPSS. (Statistical Product and Service Solution) Untuk Analisis Data Dan Uji Statistik*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2016.
- Rakhmat, Jalaludin. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012.
- Ritonga, Elfi Yanti., “Theory of Seting Agemda in Communication Sciece,” *Jurnal Simbolika*, vol. 4, no.1, 2018.
- Scolari, Carlos A. Teens, *Media and Collaborative Cultures. Exploiting Teens’ Transmedia Skills in The Classroom*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2018.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa., *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Syahrul, dkk., *Metodologi Penelitian Pembelajaran*, Bandung: SUKABINA Press, 2017.

Taprial Varinder dan Priya K., *Understanding Social Media*. London: Venus Publishing ApS, 2012.

Tyastirin, Esti dan Irul Hidayati. *Statistik Parametrik*. Surabaya: Program Studi Arsitektur UIN Sunan Ampel, 2017.

Jurnal dan Skripsi

Alfirahmi, “Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect” *Jurnal Lugas*, vol.3, no. 1, 2019.

Fauzia, Siti Nila., “Perilaku Keagamaan Islam pada Anak Usia Dini,” *Jurnal Pendidikan Usia Dini*, vol. 9, no. 2, 2015.

Ferlitasari, Reni., “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung).” *Skripsi* pada Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Khosyatillah, Alfin., “Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa Jurusan Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).” *Skripsi* pada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.

Najtama, Fikria., “Religiusitas dan Kehidupan Sosial Keagamaan,” *TASAMUH: Jurnal Studi Islam*, vol.9, no. 2, 2017.

Nurjanah dan Fadila S., “Strategi Komunikasi Pemasaran Novelis Indah Riyani Melalui Aplikasi Wattpad,” *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, vol. 8, no. 2, 2020.

Nurkhodijah, S H, dkk. *Fiction Publishing Patterns In The "Wattpad" Online Community*, *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, vol. 8, no. 2, 2020.

Rakhmawati, Istina., "Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah," *AT-TABSY n al Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 4, no. 1, 2011.

Riyani, Indah., "Melalui Aplikasi Wattpad," *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, vol. 8, no. 2, 2020.

Saputri, Galuh Wanda., "Pengaruh Aplikasi Wattpad terhadap Minat Baca di Bidang Dakwah Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi," *Skripsi* pada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Wulansari, Nindya., "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Wattpad terhadap Kemampuan Menulis Naskah Drama", *Skripsi*, Jurusan Pendidikan Sastra dan Bahasa Fakultas Ilmu Pendidikan, 2018.

Internet

Fatma, Pratiwi., *Wattpad: Aplikasi Media Sosial Media Convergence and Participatory Culture*. *Jurnal pendidikan*. <http://iccic.untar.ac.id>>Buku-1-AllNoCopy. Diakses 11 Oktober 2021.

<https://readerzen-agency.com/tentang-kami/> Diakses pada tanggal 20 November 2021

Murniati, Eni., Sejarah Komunikasi, Pengaruh Perkembangan Teknologi, diakses pada tanggal 5 Oktober 2021 dari <http://repository.uki.ac.id>

Sahaja, Irwan., “Pengertian Media Sosial, Manfaat, dan Jenisnya”, diakses dari <http://irwansahaja.blogspot.com/> pada tanggal 5 Oktober 2021

Terjemahan ayat Al-Qur’^{an} skripsi ini diambil dari <https://tafsirq.com/>

Wahidmurni, *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*, diakses pada tanggal 27 September 2021, <http://repository.uin-malang.ac.id/1985/2/1985.pdf>.

Wawancara

Tasya Yuni Azzahra 27 November 2021 melalui media chatting *WhatsApp*

Elizabeth Grace Febrina 27 November 2021 melalui media chatting *WhatsApp*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A