

## HUBUNGAN ANTARA PERILAKU MENONTON AKUN INSTAGRAM @AHILMANFAUZI DAN PERILAKU KETAUHIDAN MAHASISWA FAKULTAS AGAMA ISLAM TAHUN 2018 UNIVERSITAS IBN KHALDUN BOGOR

**Adinda Octavia Lestari Lubis<sup>1</sup>, Sri Nurul Milla<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Komunikasi & Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Ibn Khaldun  
Jl. Sholeh Iskandar, Kedung Badak, Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16162  
Email: [adindaoctavia2@gmail.com](mailto:adindaoctavia2@gmail.com)

### **Abstract**

*Instagram is one of the popular social media because it displays a variety of interesting features that can be used by its users to preach. The method of preaching through Instagram has attracted a lot of attention from various circles, especially teenagers. One of the preachers who consistently preaches on Instagram is Ustadz Hilman Fauzi in his Instagram account, namely @ahilmanfauzi. This study aims to determine the relationship between the behavior of watching Instagram @ahilmanfauzi and the behavior of monotheism students of the 2018 Faculty of Islamic Religion, Ibn Khaldun University, Bogor. This study uses a quantitative approach with data collection techniques using a questionnaire. The population is 336 students, the sample calculation uses the Slovin formula and the results are 80 students. The data analysis technique used hypothesis testing. The results of this study are  $H_a$  is accepted because the correlation significance value is  $0.000 < 0.05$  and the calculated R value is  $0.590 > R$  table  $0.220$  so it can be said that there is a positive relationship, meaning that the increasing viewing behavior will increase the monotheistic behavior of students of the Islamic religious faculty. 2018 Ibn Khaldun University Bogor. The limitation in this study lies in that there are still many students who know but do not follow the @ahilmanfauzi Instagram account so that researchers have difficulty in finding respondents. The results of this study are used as input for students to watch something positive which will result in positive behavior.*

**Keywords:** Instagram; Watching; Tauhid; Collage Student; Faculty of Islamic Religion

### **Abstrak**

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer karena menampilkan berbagai fitur-fitur yang menarik sehingga dapat digunakan oleh penggunaannya untuk berdakwah. Metode berdakwah melalui Instagram cukup menarik banyak perhatian berbagai kalangan terutama remaja. Salah satu pendakwah yang konsisten berdakwah di Instagram yaitu Ustadz Hilman Fauzi dalam akun instagramnya yaitu @ahilmanfauzi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan perilaku menonton Instagram @ahilmanfauzi dan perilaku tauhid mahasiswa Fakultas Agama Islam Tahun 2018 Universitas Ibn Khaldun Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi 336 mahasiswa, penghitungan sampel menggunakan rumus slovin dan didapatkan hasil sebanyak 80 mahasiswa. Teknik analisis data menggunakan uji korelasi. Hasil dari penelitian ini adalah  $H_a$  diterima karena nilai signifikansi korelasi  $0.000 < 0,05$  dan nilai R hitung  $0.590 > R$  tabel  $0.220$  sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif maksudnya adalah semakin meningkatnya perilaku menonton maka akan semakin meningkat perilaku tauhid mahasiswa fakultas agama islam Tahun 2018 Universitas Ibn Khaldun Bogor. Limitasi dalam penelitian ini terletak pada masih banyak dari mahasiswa yang

---

©2023 The authors and Komunika. All rights reserved.

#### **Article Information:**

Received July 30, 2022, Revised June 30, 2023, Accepted June 30, 2023

mengenal namun tidak memfollow akun Instagram @ahilmanfauzi sehingga peneliti kesulitan dalam mencari responden. Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi para mahasiswa untuk menonton suatu yang positif akan menghasilkan perilaku yang positif.

**Keywords:** Instagram; Menonton; Tauhid; Mahasiswa Kolase; Fakultas Agama Islam

---

## 1. Pendahuluan

Teknologi semakin maju seiring berkembangnya zaman. Perkembangan teknologi sangatlah pesat dari zaman ke zaman, banyak sekali inovasi dan kreativitas baru yang dituangkan oleh manusia menjadi sebuah alat yang bernama teknologi. Saat ini kebutuhan manusia akan teknologi informasi tersedia dengan mudah dan tanpa batas, dengan daya pengaruh besar dan kecepatan yang tinggi teknologi menjadi pengarah hidup. Teknologi dibagi kedalam beberapa macam seperti elektronik, cetak maupun online. Salah satu media yang kerap digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat ialah media sosial (Rifka, 2021). Media sosial seperti youtube, Instagram, facebook, tiktok, whatsapp dan lain-lain menawarkan berbagai kemudahan mendapat informasi serta efisiensi waktu sehingga menjadi andalan para pengguna. Namun berbagai media sosial ini kebanyakan hanya di pandang sebagai sebuah aplikasi hiburan semata bagi penggunanya. Para pengguna memanfaatkan media sosial hanya sebagai ranah untuk pamer mengenai kehidupannya. Menurut (Damayanti, 202), mengatakan bahwa sebagian orang sedang terjebak dalam kebiasaan pamer di media sosial. Hal seperti ini yang dapat membuat dampak negatif dari penggunaan media sosial, padahal dibalik aplikasi media sosial terdapat hal yang bisa menjadi alat perubahan bagi para penggunanya. Perubahan dapat mengenai nilai dan perilaku penggunanya (Rafiq, 2020). Jumlah pengguna media sosial selalu mengalami peningkatan, riset dari data reportal menunjukkan jumlah pengguna media sosial saat januari 2022 mencapai 191.4 juta. Jumlah tersebut mengalami peningkatan 21 juta dari tahun 2021.

Meskipun begitu, munculnya berbagai media sosial baru menjadi salah satu hal yang patut untuk diwaspadai, sebab tidak semua media sosial menampilkan hal positif. Tidak dapat dipungkiri bahwa masih banyak sekali media sosial yang menyebarkan konten negatif seperti berita hoax, diantaranya ialah facebook. Berdasarkan hasil survei CIGI – *Ipsos Global Survey On Internet and Security Trust* pada tahun 2019 menyatakan bahwa 67% masyarakat setuju bahwa hoax paling besar terdapat di facebook. Padahal seharusnya media sosial dapat dijadikan sebagai ranah untuk menyebarkan informasi yang bersifat faktual dan memberikan manfaat. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa beberapa pengguna yang memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk menyebarkan informasi benar atau menyampaikan opini karena informasi yang disampaikan akan sangat mudah dan cepat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat.

Selain itu, berdasarkan data dari kominfo pada 2018 menerangkan bahwa terdapat 984.441 konten negatif yang ada di media sosial, dari angka tersebut didapatkan sebanyak 91% merupakan konten dewasa, 8% diantaranya ialah perjudian serta penipuan diangka 1%. Berdasarkan angka tersebut dapat diketahui bahwa media sosial masih banyak digunakan untuk menyebarkan konten negatif, akan tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa masih banyak juga konten positif yang tersebar di media sosial. Diantaranya ada beberapa media yang banyak diminati oleh

khalayak, salah satunya ialah media sosial Instagram dimana jumlah penggunanya mencapai 99.15 juta atau dari jumlah populasi. Media sosial yang paling diminati oleh masyarakat ialah: *Youtobe* sebanyak 139 juta atau 50% dari total penduduk selama 2022, Instagram sebanyak 99.15 juta jiwa, tiktok sebanyak 92.07 jiwa. Berdasarkan data di atas, Instagram menjadi salah satu media yang banyak diminati oleh masyarakat.

Menurut Ferlitasari (2018), Instagram merupakan media sosial yang sangat populer, kepopuleran tersebut terus meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna. Instagram merupakan sebuah aplikasi software dimana pengguna bisa berbagi foto, video dan juga teks, selain itu ia memiliki fitur pengeditan video atau foto sebelum di posting menggunakan filter dan fitur yang sudah disediakan di dalam aplikasi sehingga lebih memudahkan pengguna dalam membuat sebuah konten. Fitur yang disajikan dalam Instagram sangat banyak dan bervariasi. Pengguna mampu menyalurkan bakat, hobi, mengekspresikan diri, membuat konten kreatif, bahkan berdakwah. Dakwah secara etimologis berasal dari bahasa arab yang artinya menyeru, memanggil, mengundang (Qadarrudin, 2019). Dakwah dapat di laksanakan dengan beberapa cara, ada yang secara langsung seperti ceramah di mimbar masjid dan ada yang secara tidak langsung seperti membuat buku yang bisa dibaca oleh orang banyak. Akan tetapi, seiring berkembangnya teknologi, para pendakwah dituntut untuk kreatif serta mengikuti perkembangan saat ini dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk berdakwah. Muncul berbagai macam media sangat memberi kemudahan masyarakat luas (Deslima, 2020).

Salah satu media yang banyak digemari oleh para pendakwah ialah Instagram (Ryan, 2021). Berdakwah melalui akun Instagram sudah banyak dilakukan oleh ustad maupun masyarakat biasa, hal ini karena Instagram menjadi media sosial yang banyak di akses masyarakat, selain itu konten yang ditayangkan di dalam akun Instagram akan dibuat dengan menarik sehingga membuat minat pembaca dan penonton konten dakwah lebih merasa tertarik. Para pendakwah saat ini memanfaatkan Instagram sebagai media untuk berdakwah, tampilan yang selalu *fresh* dan fitur yang menarik menjadi salah satu alasan pendakwah memilih Instagram sebagai media dakwah di zaman teknologi ini. Dengan adanya media sosial ini membuat pendakwah memiliki peluang yang sangat besar karena efektif, cepat dan mudah. Fitur yang digunakan saat ini terus mengalami pembaharuan, terbukti sebelumnya video di Instagram hanya dapat di upload tidak lebih dari 60 detik, akan tetapi seiring berkembangnya versi terbaru dirilis Instagram mampu mengupload video bahkan hingga berjam-jam dengan fitur IGTV sehingga para pendakwah mampu lebih leluasa dalam menyampaikan isi ceramahnya. Sehingga tidak salah apabila banyak aktivis dakwah yang mulai fokus menggeluti akun Instagram sebagai wadah untuk berdakwah, salah satu aktivis dakwah yang menggunakan media sosial Instagram adalah Ustadz Hilman Fauzi, beliau membuat sebuah konten dalam bentuk video yang diisi dengan suara dikombinasikan dengan musik dan teks pesan dakwah yang akan disampaikan. Selain itu, salah satu daya tarik beliau adalah sering menyisipkan quotes atau kata-kata mutiara di dalam materi dakwahnya, sehingga membuat mad'unya tertarik mendengarkan materi dakwah nya. Bahkan tidak sedikit dari mad'unya yang

menggunakan *quotes* yang beliau sampaikan untuk dijadikan stories dalam media sosialnya.

Akun Instagram @ahilmanfauzi memiliki pengikut sebanyak 320.000 ribu dengan 1.083 postingan. Setiap konten video di posting dikemas dengan gaya bahasa yang santun, segar serta menenangkan. Setiap postingan memiliki 10 sampai dengan 30 ribu like dan juga ratusan komentar dari para pengikutnya yang selalu aktif dalam menantikan @ahilmanfauzi selanjutnya. Konten video dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hilman Fauzi beraneka ragam, salah satu yang paling beliau tekankan mengenai Tauhid atau mengesakan Allah, meyakini bahwa Allah satu-satunya tempat berlindung dan bernaung.

Tauhid menjadi unsur yang sangat penting dalam islam, tauhid merupakan ilmu yang menjelaskan mengenai keesaan Allah SWT. Segala akidah yang berhubungan dengan tauhid uluhiyah ataupun rububiyah sudah tercakup dalam kalimat “Laillaha Illallah” yaitu meyakini bahwa Allah satu-satunya Tuhan yang patut untuk disembah (Teungku, 2019) . Tauhid menjadikan jiwa seorang muslim bergantung hanya kepada Allah saja. Sebab perbedaan fundamental yang membedakan antara Islam dengan Agama lainnya adalah pada kepercayaan tauhid ini sendiri. Tauhid bukan sekedar mengenai percaya dan mengesakan bahwa Allah adalah Tuhan yang patut disembah, akan tetapi dalam praktiknya tauhid merupakan unsur terpenting dalam mengatur segala kegiatan setiap muslim (Suwaid, 2019).

Salah satu lingkungan yang kurang dengan pemahaman tauhid ialah lingkungan pendidikan. Padahal seharusnya lingkungan pendidikan memiliki peran penting terhadap output peserta didiknya (Saeful, 2021). Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap mahasiswa fakultas agama islam Universitas Ibn Khaldun Bogor didapatkan data bahwa, meskipun dalam ruang lingkup yang islami masih banyak mahasiswa yang menggunakan pakaian tidak sesuai dengan syariat yang diajarkan, perkataan yang tidak seharusnya diucapkan di dalam lingkungan pendidikan, tidak segera mengerjakan shalat bahkan sengaja meninggalkan shalat. Sehingga peneliti mencari tahu apakah terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku menonton akun Instagram @ahilmanfauzi terhadap perilaku ketauhidan mahasiswa Fakultas Agama Islam Tahun 2018 Universitas Ibn Khaldun Bogor.

## **2. Metodologi**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasi. Penelitian korelasi bertujuan untuk mencari tahu seberapa jauh suatu variabel memiliki ikatan dengan variabel lain. Korelasi merupakan Hubungan. Sebuah analisis yang dilakukan untuk mencari hubungan antar variabel.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa survei. Menurut Sugiyono (2018), teknik survei ialah digunakan sebagai cara untuk mendapatkan data pada masa kini atau pada masa sebelumnya. Alat yang digunakan dalam teknik survei ini adalah angket. Variabel perilaku menonton memiliki empat indikator diantaranya: Perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi dan pada variabel perilaku ketauhidan terdapat tiga indikator yaitu: *rububiyah*, *uluhiyah*, dan

asma wa sifat. Terdapat 27 pertanyaan pada variabel perilaku menonton setelah dilakukan uji validitas terdapat tiga pernyataan tidak valid dan pernyataan valid berjumlah 24. Pada variabel perilaku ketauhidan terdapat 25 pernyataan setelah dilakukan uji validitas terdapat satu pernyataan tidak valid dan 24 dinyatakan valid. Angket disebar secara online dengan menggunakan bantuan *google form* lalu link *google form* dikirim kepada responden. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik Alpha Cronbach's untuk mengukur reliabilitas instrumen berbentuk kuesioner. Dasar pengambil keputusan dalam uji reliabilitas ini apabila nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten dan didapatkan hasil perhitungan kuesioner perilaku menonton menggunakan *software* SPSS 16.0 sebesar  $0,736 > 0,60$  dan perilaku ketauhidan sebesar  $0,756 > 0,60$  sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner perilaku menonton dan kuesioner perilaku ketauhidan reliabel atau konsisten.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 336 dan didapatkan sampel sebesar 80 responden menghitung menggunakan rumus slovin. Menurut Sugiyono (2018), rumus Slovin digunakan guna mendapatkan besaran sampel yang dianggap mampu menggambarkan populasi secara menyeluruh. Dalam penghitungan uji hipotesis ini, peneliti menggunakan rumus *Product Moment Pearson* atau disebut dengan *Product of The Moment Correlation*. Uji hipotesis digunakan untuk mencari tahu ada atau tidaknya hubungan antara variabel perilaku menonton dan variabel perilaku ketauhidan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### a. Hasil Hubungan antara Perilaku menonton dan perilaku ketauhidan

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan rumus *Product Moment Pearson*. Uji hipotesis digunakan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah mengenai hubungan yang signifikan antara perilaku menonton dan perilaku ketauhidan. Dalam penelitian ini uji hipotesis dihitung menggunakan *software* SPSS 16.0. Terdapat dua cara yang digunakan untuk mendapatkan hasil analisis korelasi pearson ialah (a) Apabila nilai Sig.  $< 0,05$  maka terdapat hubungan antar variabel yang berhubungan. sebaliknya jika nilai Sig.  $> 0,05$  maka tidak terdapat hubungan. (b) Jika R hitung  $> R$  tabel maka ada korelasi antar variabel, sebaliknya jika nilai R hitung  $< R$  tabel maka artinya tidak ada korelasi antar variabel.

Tabel 1 Hasil korelasi pearson perilaku menonton dan perilaku ketauhidan

	Menonton	Tauhid
Pearson correlation	1	0,590
Sig. (2-tailed)		0,000
Pearson correlation	0,590	1
Sig. (2-tailed)	0,000	

Berdasarkan tabel di atas, terdapat dua jawaban dalam analisis korelasi pearson hal tersebut merujuk pada dasar analisis korelasi pearson berikut:

a. Nilai signifikansi dari tabel di atas menunjukkan bahwa Sig. antara perilaku menonton (X) dan perilaku Ketauhidan (Y) didapatkan hasil sebesar 0,000 yang artinya  $0,000 < 0,05$  sehingga terdapat hubungan atau korelasi yang signifikan

antara perilaku menonton (X) dan perilaku ketauhidan (Y). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

b. Berdasarkan Nilai R hitung (*Pearson Correlation*)

Nilai R hitung untuk hubungan antara perilaku menonton (X) dan perilaku ketauhidan (Y) adalah sebesar 0,590. Sehingga  $0,590 > 0,220$  dapat diambil kesimpulan bahwa ada korelasi antara perilaku menonton dan perilaku ketauhidan. Nilai R hitung pada analisis ini bernilai positif atau dengan bahasa lain semakin meningkat perilaku menonton akun Instagram @ahilmanfauzi maka akan semakin meningkat pula perilaku ketauhidannya. Menurut Vivi Herlina (2019), hasil koefisien korelasi 0,040–0,599 termasuk dalam kategori sedang. Koefisien R hitung bernilai 0,590 hal tersebut dapat diartikan bahwa koefisien korelasi dalam hubungan antara perilaku menonton dan perilaku ketauhidan termasuk dalam kategori yang sedang.

Hasil observasi yang dilakukan peneliti sebelum melakukan penelitian terhadap mahasiswa Fakultas Agama Islam Tahun 2018 Universitas Ibn Khaldun Bogor didapatkan data meskipun berada dalam ruang lingkup yang islami akan tetapi masih banyak mahasiswa yang belum dengan benar mentauhidkan Allah SWT, seperti dengan mudah meninggalkan shalat, jarang bertilawah. Akan tetapi setelah dilakukan penelitian dan diuji menggunakan uji korelasi untuk menganalisis data. Hubungan antara perilaku menonton dengan perilaku ketauhidan. Hubungan tersebut merupakan hubungan yang signifikan. Setelah dilakukan penelitian didapatkan bahwa akun Instagram @ahilmanfauzi memiliki hubungan dengan perilaku ketauhidan mahasiswa.

Apabila mahasiswa menonton akun Instagram @ahilmanfauzi maka akan semakin meningkat pula perilaku ketauhidannya, hal itu karena penjelasan yang disampaikan oleh Ustadz Hilman Fauzi sangat menekankan mengenai mengesakan Allah dan Fokus terhadap ibadah lainnya. Selain itu penyampaian yang lembut dan sangat menyentuh membuat penonton menjadi merasa nyaman dan mudah mencerna isi ceramahnya.

Cara pembawaan diselingi dengan ucapan quote yang menarik menjadikan daya tarik bagi para remaja umumnya untuk mendengarkan isi ceramah beliau. Ustadz Hilman menjadi salah satu tokoh yang banyak digemari oleh masyarakat terutama generasi Z, Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya anggota komunitas Teman Hijrah yang anggotanya tidak lain adalah remaja.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Djulkipli (2020), Kurnia et al. (2021), Prastiwi (2022), dan Rizal (2019) yang mengatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan juga positif antara perilaku menonton dengan perilaku ketauhidan atau keagamaan. Hal ini karena perilaku menonton tinggi akan menghasilkan perilaku ketauhidan yang tinggi dan apabila perilaku ketauhidan rendah maka perilaku ketauhidan akan rendah. Hal ini dapat dikatakan faktor untuk meningkatkan perilaku ketauhidan dapat ditentukan dari perilaku menonton.

Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah (2019) mengatakan bahwa tidak ada hubungan atau pengaruh yang signifikan

perilaku menonton dan perilaku ketauhidan atau keagamaan. Hal ini dikarenakan kurangnya pemberian motivasi pada saat menonton sehingga perilaku ketauhidan menjadi kurang. Jadi dapat dikatakan bahwa penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian di atas.

#### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ditarik kesimpulan bahwa perilaku menonton memiliki korelasi atau hubungan yang signifikan dan bersifat positif dengan perilaku ketauhidan mahasiswa fakultas agama islam tahun 2018 Universitas Ibn Khaldun Bogor. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan data hasil penelitian yang dihitung menggunakan rumus korelasi pearson. Diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, maka  $0,000 < 0,05$  dan nilai R hitung sebesar 0,590, sehingga  $0,590 > R$  tabel 0,220. Nilai R hitung dalam penelitian ini bersifat positif atau dengan bahasa lain semakin meningkatnya perilaku menonton maka akan semakin meningkat pula perilaku ketauhidannya.

#### **5. Referensi**

- Anshori, H., & Sri Iswati. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Asep, P. (2019). Hilman Fauzi. Uloom. <https://uloom.id/speaker/ustadz-hilman-fauzi/> [23 April 2022].
- Damayanti, D. (2021). 5 Celah media sosial bisa jadi ajang pameran. IDN Times. <https://www.google.com/amp/s/www.idntimes.com/life/inspiration/amp/daysdesy/5-celah-media-sosial-bisa-jadi-ajang-pamer-c1c2>.
- Deslima, (2020). *Pemanfaatan instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa komunikasi penyiaran islam UIN Raden Intan Lampung*. At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus.
- Djulkipli, R. (2020). *Hubungan antara menonton animasi nussa dan rara dengan perilaku islami anak di kelurahan cakung timur jakarta timur*. Skripsi. Jakarta.
- Ferlitasari, R. (2018). *Pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku keagamaan remaja (studi pada rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)*. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung.
- Nurjanah, T., R. (2019). *Pengaruh intensitas menonton tayangan video di akun instagram ustadz Hanan Attaki terhadap religiusitas siswa-siswi rohis Al Hidayah SMKN 1 Subang*. Universitas Sunan Kalijaga.
- Prastiwi, A. (2022). *Pengaruh menonton ceramah ustadz hanan attaki melalui instagram terhadap pemahaman keagamaan (Studi Pada Followers Akun @Hanan\_Attaki)*. Skripsi. Purwokerto: UIN PROF. K.H. Saifudin Zuhri.
- Qadaruddin, M. (2019). *Pengantar ilmu dakwah*. Penerbit Qiara Media.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika*, 1(1).
- Rifka, A. (2021). 14 macam media sosial yang sering digunakan. liputan6 <https://m.liputan6.com/hot/read/4645781/14-macam-media-sosial-yang-sering-digunakan-beserta-penjelasan>
- Rizal, S. (2019). *Pengaruh akun dakwah Youtube terhadap perilaku religiusitas siswa di Madrasah Aliyah Negeri 2 Palembang tahun ajaran 2018-2019*. Skripsi. Palembang.
- Ryan. (2021). 5 media sosial yang banyak digunakan. kontan.co.id <https://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id/news/5-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan>
- Saeful, A., & Ferdinal. (2021). Lingkungan pendidikan dalam islam. *Tarbawi*, 4(1).
- Sari, D.K., & Masfiah, D. (2021). Efektivitas media film animasi nussa dan rara untuk mengenalkan ketauhidan pada anak usia 5-6 tahun dini". *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(1), 1-10.

- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suwaid, M. (2019). Pendidikan tauhid menurut Ibnu Taimiyah. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(2).
- Teungku, M. (2019). *Pengantar tauhid*. Prenadamedia Group.
- Vivi, H. (2019). *Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS*. PT Gramedia.