

## Pengaruh Akun Instagram @Quranreview dalam Meningkatkan Pemahaman Ayat Al-Qur'an pada Mahasiswa UINSU

Alfin Qodri Hafiz<sup>1\*</sup>, Andini Nurbahri<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

\*alfin0101192096@uinsu.ac.id

### Abstract

*This research aims to explore the impact of the Instagram account @Quranreview on enhancing the understanding of Quranic verses among students at the State Islamic University of North Sumatra (UINSU). The data analysis method used is a quantitative approach, with data collected through the distribution of questionnaires to students at the UINSU who use Instagram. Sample selection involves purposive sampling, with 100 respondents participating. Subsequently, the data is processed using the statistical software SPSS version 23. The research findings reveal a T-value of 3.833, which is greater than the T-table value of 1.984, indicating a significant relationship between the variable of the Instagram account @Quranreview and the understanding of Quranic verses among UINSU students. Thus, it can be concluded that the use of social media, especially Instagram, has a positive impact on religious understanding. This research holds important implications for maximizing educational strategies by leveraging social media to enrich religious education in higher education settings.*

**Keywords:** Instagram, Understanding, Al-Qur'an, Students

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak akun Instagram @Quranreview terhadap peningkatan pemahaman ayat Al-Qur'an pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU). Metode analisis data yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa UINSU yang menggunakan media sosial Instagram. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, melibatkan 100 responden. Selanjutnya, data diolah menggunakan aplikasi statistik SPSS versi 23. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa nilai t-hitung sebesar 3,833, yaitu lebih besar dari t-tabel (1,984), menunjukkan hubungan signifikan antara variabel akun Instagram @Quranreview dan pemahaman ayat Al-Qur'an mahasiswa UINSU. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, memiliki dampak positif terhadap pemahaman keagamaan. Penelitian ini berimplikasi penting dalam upaya memaksimalkan strategi pendidikan dengan memanfaatkan media sosial untuk memperkaya pembelajaran keagamaan di lingkungan pendidikan tinggi.

**Kata Kunci:** Instagram, Pemahaman, Al-Qur'an, Mahasiswa

### PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi dan penyebaran informasi secara luas, seperti yang terjadi pada media sosial, media sosial kini tidak hanya merupakan komponen penting dalam komunikasi massa. Media sosial membentuk dan

menjaga hubungan antar pengguna melalui beragam konten yang dihasilkan pengguna. Dengan dukungan dari *platform* media sosial, individu memiliki kemampuan untuk tidak hanya menghasilkan konten informasi, tetapi juga untuk berbagi pemikiran, pengalaman, serta menyebarkan

informasi tersebut melalui proses evaluasi dan diskusi yang berlangsung di dalam komunitas daring. Melalui fitur-fitur interaktif yang disediakan oleh media sosial, seperti komentar, *like*, dan berbagai mekanisme umpan balik, orang dapat secara aktif terlibat dalam pertukaran ide, sehingga menciptakan lingkungan *virtual* yang mendukung pertumbuhan pengetahuan dan pemahaman bersama (Puspita & Suciati, 2020). Selain itu, media sosial juga merupakan medium informasi yang sangat bergantung pada teknologi.

Andreas Kaplan dan Michael mengungkapkannya bahwasannya media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang diciptakan berdasarkan teknologi dan ideologi web 2.0 dimana memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content* (Nandi, 2021). Media sosial juga disebut dengan media online (Kırık & Çetinkaya, 2018), sehingga para penggunanya ikut andil dalam menggunakan media sosial seperti blog, wiki, dunia *virtual* dan forum (Ulum et al., 2021). Situs jejaring sosial sebagai pendukung adanya interaksi sosial yang dapat membantu pembuatan profil kemudian menghubungkan dengan pengguna lainnya (Igberaese et al., 2014). Aplikasi yang memungkinkan para penggunanya saling terhubung menggunakan profil pribadi adalah Friendster, Facebook, Instagram, LinkedIn, X, Whatapps, dan lain-lain (Sabrina & Kartasasmita, 2021).

Era saat ini media sosial menjadi alat yang berpengaruh dalam kehidupan penggunanya, termasuk instagram (Widjajanta et al., 2018). Sebagai situs jejaring sosial berorientasi visual yang paling representatif di dunia, Instagram memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto dan video, serta membagikannya di *platform* lain dengan posisi pengguna target yang akurat (Yang, 2021). Instagram tidak hanya sekadar menyediakan akses kemudahan, tetapi juga

menjadi sarana yang memungkinkan para mahasiswa untuk tetap terhubung dan berkomunikasi dengan individu-individu di berbagai belahan dunia. Dengan menggunakan *platform* ini, mahasiswa dapat dengan mudah menjalin dan memelihara hubungan dengan sesama mahasiswa, pengajar, dan bahkan pemikir global, membuka peluang untuk berbagi pandangan, pengalaman, dan ide-ide inovatif. Melalui fitur-fitur interaktifnya, Instagram menciptakan ruang untuk dialog lintas budaya dan pertukaran intelektual yang dapat memperluas wawasan mahasiswa serta memperkaya pengalaman komunikasi global mereka (Silva et al., 2013)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh situs We Are Social pada tahun 2020, ditemukan bahwa Instagram menduduki peringkat keempat sebagai media sosial dengan tingkat aktivitas pengguna internet terbesar di Indonesia. Instagram saat ini menjadi salah satu *platform* media sosial terbesar di dunia saat ini, penggunaan instagram diseluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022 (Jamil et al., 2023). Posisi strategis ini menunjukkan bahwa Instagram memainkan peran yang signifikan dalam ranah digital di Indonesia, menjadi salah satu *platform* yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet (Pardede & Rinanto, 2023). Temuan ini memperkuat pemahaman kita terhadap *trend* perilaku online masyarakat Indonesia, yang semakin beralih ke *platform* visual dan multimedia seperti Instagram. Dengan popularitasnya, Instagram bukan hanya sekadar media sosial, melainkan juga menjadi wadah utama bagi interaksi, pertukaran konten, dan penyebaran informasi di kalangan pengguna internet Indonesia (Diantari & Jokhu, 2021). Hal itu menjadikan instagram memiliki pengaruh bagi penggunanya (Woodley, 2018).

Sebagai *platform* yang paling banyak digunakan, Instagram memainkan

peran signifikan dalam membentuk perilaku online, terutama di kalangan milenial, yang termasuk di dalamnya adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU). Pemilihan mahasiswa UINSU sebagai subjek penelitian dilandasi oleh fokus khusus pada studi keislaman, menganggap bahwa kelompok ini memiliki tingkat pemahaman dan kepekaan yang lebih tinggi terhadap ayat-ayat Alquran. Langkah ini dianggap strategis untuk memahami pengaruh akun Instagram @Quranreview pada mahasiswa yang terlibat aktif dalam konteks pendidikan Islam di UINSU. Sebagai platform yang paling banyak digunakan, Instagram dipilih sebagai medium untuk melihat sejauh mana akun tersebut dapat memberikan kontribusi positif dalam peningkatan pemahaman ayat-ayat Alquran di kalangan mahasiswa keislaman. *Trend* penggunaan Instagram oleh milenial mencerminkan pergeseran preferensi dalam interaksi online.

Instagram tidak hanya dimanfaatkan untuk sekedar media *sharing* foto saja, namun instagram bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah dengan memberikan informasi mengenai ilmu keagamaan yang ada, baik tercantum dalam Al-Qur'an maupun Hadist (Pathia, 2020). Pemilihan akun instagram yang berorientasi pada dakwah dalam penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana platform ini dapat menjadi media efektif dalam menyebarkan informasi keagamaan dan untuk melihat apakah terdapat pengaruh signifikan yang diberikan. Meskipun Instagram umumnya digunakan untuk tujuan pemasaran, pemilihan fokus pada dakwah dianggap sebagai langkah strategis untuk meningkatkan pemahaman terhadap ayat Alquran di tengah beragam fungsi platform ini.

Berdakwah di media sosial tidak lagi menjadi hal yang asing di mata masyarakat, masa sekarang banyak yang menjadikan akun instagram menjadi media untuk menyampaikan atau menyiarkan

dakwah Islam baik secara visual maupun audio visual (A'yuni & Nasrullah, 2021). Salah satu contohnya adalah akun instagram @Quranreview. Pemilik akun instagram @Quranreview menyajikan postingan berupa ayat-ayat Al-Quran beserta tafsirnya dengan tampilan visual yang menarik.

Tentunya dalam hal ini, pemilik dapat dikatakan memanfaatkan media sosial instagram untuk berdakwah, dakwah yang digunakan adalah dengan cara membagikan penafsiran ayat Al-Qur'an yang disajikan secara menarik, dengan gambar desain menyesuaikan apa yang dibahas, dan menggunakan bahasa yang lugas dan mudah dipahami. Ayat Al-Qur'an yang di *share* biasanya berkaitan dengan problematika yang timbul di kalangan masyarakat termasuk mahasiswa UINSU. Maka demikian, ulasan tersebut dapat menjadi pengaruh bagi berbagai kalangan dan membuat orang tertarik untuk mengunjunginya, sehingga dapat berpengaruh juga dalam meningkatkan pemahaman mengenai ayat Alquran. Hal tersebut mendukung sangat mudah dan cepatnya menyebar ke berbagai penjur (Nurhikmah, 2021).

Tidak hanya akun instagram @Quranreview yang membahas mengenai keagamaan, sudah banyak akun-akun lain yang membahas hal berkaitan baik dengan keagamaan baik Al-Qur'an maupun Hadist. Pemilihan penelitian pada akun @Quranreview didasarkan pada pengamatan bahwa secara kualitatif, akun tersebut memberikan kemudahan kepada para pembaca dalam memahami ayat Al-Qur'an. Temuan ini berasal dari hasil wawancara dengan sebagian mahasiswa UINSU. Penelitian ini juga diperkuat oleh respons positif dan keterlibatan aktif dari *followers*, terlihat dari jumlah *followers* sebanyak 388 ribu pengguna aktif, *likes* dengan rata-rata diatas 3000 pada setiap postingannya, *shares* dan komentar yang diterima positif.

Terdapat beberapa penelitian yang turut membahas akun Instagram ini, seperti yang diulas oleh Roudhatul Jannah dalam kajiannya tentang Tafsir Alquran melalui Media Sosial, fokusnya pada analisis Tafsir dari Akun Instagram @Quranreview dan dampaknya terhadap Studi Al-Quran (Jannah, 2021). Selanjutnya, Moch Hasyim Famin, Siti Saudah, dan Ali Aminulloh telah mengulas Analisis Pengaruh Akun Instagram @Quranreview Terhadap Minat *Followers* untuk mempelajari bahasa Arab (Saudah et al., 2023). Di lain pihak, Nur Afifah menyajikan penelitian mengenai Dampak Intensitas Akses Informasi Dakwah Kontekstual dari Instagram @Quranreview terhadap Minat Baca Al-Quran. Semua kajian ini memberikan wawasan yang berharga terkait dampak dan implikasi dari akun Instagram @Quranreview dalam berbagai konteks pembelajaran dan penggunaan media sosial.

Penelitian ini menyoroti kekosongan dalam literatur yang telah diulas sebelumnya, di mana tidak ada kajian yang secara lebih mendalam membahas dampak akun Instagram @Quranreview dalam meningkatkan pemahaman terhadap ayat Al-Qur'an khususnya di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSU. Penelitian ini tidak hanya menginvestigasi pengaruh langsung akun tersebut, tetapi juga mengeksplorasi bagaimana akun Instagram ini dapat efektif meningkatkan pemahaman tentang ayat Al-Qur'an di kalangan mahasiswa.

Dengan meneliti fenomena ini, penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman kita tentang peran media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat untuk meningkatkan pemahaman agama di kalangan mahasiswa. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang potensi dan efektivitas penggunaan *platform* media sosial tertentu dalam mendukung pendidikan keagamaan di lingkungan

akademis. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak akun Instagram @Quranreview terhadap peningkatan pemahaman ayat Al-Qur'an pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) dimana hasil penelitian ini dapat memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan strategi dakwah melalui media sosial dalam meningkatkan pemahaman terhadap ayat Al-Qur'an di kalangan mahasiswa.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menerapkan metode survei (Scheurich, 2014) sebagai landasan metodologis. Populasi yang menjadi fokus penelitian adalah mahasiswa UINSU yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling* (Etikan, 2016) yang merupakan jenis *non-probability sampling*. Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, dengan jumlah populasi sebanyak 4422 mahasiswa. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa ukuran sampel yang dibutuhkan untuk merepresentasikan populasi adalah sebanyak 97,7, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 sampel responden. Sampel ini akan digunakan secara representatif dalam penelitian ini, sebagai penarikan kesimpulan yang lebih akurat terkait dengan objektif penelitian pada seluruh populasi mahasiswa.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan platform g-form. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan tanggapan responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, termasuk jenis kelamin, usia dan status responden terhadap akun instagram @Quranreview. Penyebaran kuisisioner dilakukan secara masif melalui berbagai platform media sosial, mengacu pada pendekatan yang dijelaskan oleh (Budiati, I. et al., 2018). Metode

pengumpulan data ini dirancang untuk mencakup variasi yang memadai dari pengguna Instagram di kalangan mahasiswa, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik terkait pengaruh akun tersebut terhadap pemahaman ayat Alquran.

Data yang terkumpul bersifat primer dan mencakup beragam aspek terkait pengaruh akun Instagram @Quranreview dalam meningkatkan pemahaman terhadap ayat Alquran di kalangan mahasiswa. Untuk menganalisis data tersebut, penelitian ini menggunakan berbagai teknik statistik, seperti uji regresi linier sederhana, uji t, uji F, dan uji R Square. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS Versi 23 untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan dan dampak dari penggunaan akun Instagram

@Quranreview pada pemahaman ayat Alquran di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSU.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik para responden, yang menjadi subjek penelitian ini, mencakup berbagai aspek terkait dengan status dan profil pribadi mereka. Para responden merupakan pengguna Instagram dan secara aktif mengakses konten yang disediakan oleh akun @Quranreview. Profil pribadi mereka, yang tercermin dalam gambaran status, menjadi bagian penting dalam memahami bagaimana interaksi dan keterlibatan dengan konten keagamaan di media sosial dapat memengaruhi pemahaman mereka terhadap penafsiran Al-Qur'an. Rinciannya dapat ditemukan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		Persentase (%)	
Jenis Kelamin	Laki-Laki	53	53%
	Perempuan	47	47%
Usia	21-23	70	70%
	18-20	28	28%
	24-26	2	2%
Status terhadap Instagram @quranreview	Sudah mengikuti	88	88%
	Belum mengikuti	12	12%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2023.

Tabel 1 menunjukkan analisis jenis kelamin, usia dan status responden terhadap instagram @Quranreview. Analisis jenis kelamin pada sampel 100 responden menunjukkan distribusi yang hampir seimbang, dengan 53% laki-laki dan 47% perempuan. Distribusi ini memberikan representasi yang merata dalam penelitian ini. Dalam pembahasan, akan dijelaskan bahwa distribusi jenis kelamin yang hampir seimbang memberikan gambaran holistik terhadap pengguna media sosial di

Kalangan mahasiswa UINSU, terutama terkait akses dan pemahaman terhadap akun @Quranreview. Kesetaraan partisipasi laki-laki dan perempuan menciptakan gambaran yang komprehensif tentang interaksi keduanya dengan akun tersebut, menghindari kesan bahwa pemahaman terhadap akun tersebut terbatas pada satu kelompok gender. Penting untuk dicatat bahwa hasil ini tidak menunjukkan dominasi penggunaan media sosial oleh satu jenis kelamin tertentu, melainkan

mencerminkan keragaman dalam partisipasi dan interaksi dengan akun @Quranreview di kalangan mahasiswa UINSU.

Sementara itu, dalam klasifikasi usia, responden penelitian ini dapat dikelompokkan ke dalam tiga rentang usia. Terdapat 70 responden (70%) dengan rentang usia 21-23 tahun, 28 responden (28%) dengan rentang usia 18-20 tahun, dan 2 responden (2%) dengan rentang usia 24-26 tahun. Analisis ini menunjukkan dominasi pengguna Instagram di kalangan responden yang berusia 21-23 tahun, yang menyumbang persentase tertinggi dari total sampel. Informasi ini memberikan gambaran lebih rinci tentang distribusi usia responden, yang relevan untuk memahami preferensi dan kebiasaan pengguna Instagram dalam kategori usia tertentu.

Survei mengenai karakteristik ini mencakup data dari responden yang menggunakan Instagram sebagai media sosial utama dan mengikuti akun Instagram @Quranreview. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 88 responden, atau 88%, sudah mengikuti akun @Quranreview, khususnya dengan motivasi untuk mencari informasi terkait konten dakwah. Sementara itu, 12 responden, atau 12%, belum mengikuti akun Instagram @Quranreview. Meskipun 12% dari 100 responden tidak mengikuti akun @Quranreview, mereka tetap dimasukkan dalam sampel dengan tujuan mengevaluasi dampak akun tersebut secara holistik. Dalam konteks penelitian ini, 12 responden yang belum mengikuti akun akan diundang untuk mengikuti dan memperhatikan konten yang dibagikan oleh akun @Quranreview sebelum diikutsertakan dalam pengisian kuesioner penelitian. Pendekatan ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap responden telah mengetahui konten akun @Quranreview sebelum memberikan tanggapan, sehingga dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang sejauh mana akun

tersebut dapat memengaruhi pemahaman ayat Alquran di kalangan mahasiswa.

Data ini memberikan gambaran yang signifikan bahwa mayoritas responden telah aktif mengikuti akun @Quranreview, menunjukkan minat yang tinggi dalam mendapatkan konten dakwah melalui platform tersebut. Fakta bahwa sejumlah kecil responden belum mengikuti akun tersebut juga memberikan keragaman dalam perspektif pengguna Instagram di kalangan mahasiswa UINSU. Hal ini menunjukkan adanya variasi dalam tingkat keterlibatan dan minat mahasiswa terhadap konten keagamaan di media sosial, yang dapat menjadi faktor penting dalam menganalisis dampak dan efektivitas penyebaran dakwah melalui platform tersebut.

Pentingnya informasi ini terletak pada nilai kontribusinya terhadap pemahaman terkait pengaruh konten yang dibagikan oleh akun @Quranreview terhadap interpretasi ayat Al-Qur'an. Data ini mengindikasikan bahwa para responden, sebagai pengikut setia akun tersebut, membawa potensi yang signifikan sebagai subjek penelitian. Penekanan pada penggunaan Instagram sebagai medium untuk pemahaman Al-Qur'an menjadi lebih jelas, dan karakteristik responden sebagai pengguna akun tersebut memberikan wawasan yang berharga untuk mendalami dampak positif atau perubahan dalam pemahaman ayat-ayat suci Al-Qur'an melalui platform ini. Top of Form

Analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan tujuan untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel independen dengan variabel dependen. Proses ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah perubahan dalam variabel independen dapat menjelaskan variasi atau perubahan dalam variabel dependen. Dalam konteks ini, regresi linear sederhana mengukur kekuatan dan arah hubungan linear antara dua variabel, terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji Regresi Linear Sederhana

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.526	1	53.526	14.691	.000 <sup>b</sup>
	Residual	357.064	98	3.644		
	Total	410.590	99			

a. *Dependent Variable:* Pemahaman Ayat Al Quran

b. *Predictors:* (*Constant*), Akun Instagram @Quranreview

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2023.

Uji t merupakan alat statistik yang diterapkan dalam konteks penelitian ini untuk mengevaluasi tingkat signifikansi parsial dari pengaruh variabel independen, khususnya penggunaan akun Instagram @Quranreview, terhadap pemahaman ayat Alquran di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSU. Dengan menghasilkan nilai p, uji t memungkinkan peneliti untuk menentukan sejauh mana kontribusi masing-masing

variabel independen dalam menjelaskan variasi dalam pemahaman ayat Alquran. Hasil yang signifikan dari uji t akan memberikan gambaran yang lebih rinci tentang pengaruh parsial akun Instagram @Quranreview terhadap pemahaman ayat Alquran, memperkaya pemahaman terkait dampak konten dakwah yang disajikan oleh akun tersebut. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	26.494	1.783		14.856	.000
1 Akun Instagram @Quranreview	.129	.034	.361	3.833	.000

a. *Dependent Variable:* Pemahaman Ayat Al Quran

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2023.

Dari tabel 3, dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,833, yang signifikan lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984. Maka dapat dikatakan bahwa variabel akun Instagram @Quranreview memiliki hubungan yang signifikan dan berpengaruh terhadap pemahaman ayat Al-Qur'an, terutama di kalangan mahasiswa UINSU. Kesimpulan ini didasarkan pada fakta bahwa nilai t hitung yang signifikan menunjukkan bahwa pengaruh variabel tersebut terhadap pemahaman ayat Al-Qur'an tidak terjadi secara kebetulan. Hasil ini memberikan pemahaman lebih lanjut tentang hubungan

yang bersifat signifikan antara variabel tersebut dalam konteks penelitian ini, menegaskan bahwa akun Instagram @Quranreview memainkan peran yang penting dalam meningkatkan pemahaman ayat Al-Qur'an di kalangan mahasiswa tersebut.

Dengan nilai konstanta (a) sebesar 26,494 dan koefisien regresi untuk Akun Instagram @Quranreview (b) sebanyak 0,129, persamaan regresinya dapat diartikan sebagai representasi matematis dari hubungan antara variabel pemahaman ayat al-Qur'an (Y) dan variabel Akun Instagram

@quranreview (X). Persamaan regresi yang terbentuk,  $Y = 26,494a + 0,129X$ .

Persamaan ini dapat diartikan sebagai alat analisis yang memberikan pemahaman mendalam terkait hubungan antara pemahaman ayat al-Qur'an (Y) dan nilai Akun Instagram @Quranreview (X). Penjabaran ini memberikan dua aspek penting:

*Pertama*, konstanta sebesar 26,494 merupakan nilai tetap yang mengindikasikan tingkat konsistensi pemahaman terhadap ayat al-Qur'an sebesar 26,494. Dengan kata lain, ketika tidak ada penambahan nilai Akun Instagram @Quranreview (variabel X), nilai pemahaman ayat al-Qur'an (variabel Y) tetap pada angka tersebut. Selain itu,

Uji F diterapkan untuk mengevaluasi signifikansi keseluruhan dari model regresi, yang memperhitungkan dampak variabel independen, terutama penggunaan akun Instagram @Quranreview, terhadap pemahaman ayat Al-Qur'an di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSU.

positivitas konstanta ini menandakan bahwa hubungan antara pemahaman ayat al-Qur'an dan Akun Instagram @quranreview cenderung positif.

*Kedua*, koefisien regresi X sebesar 0,129 memberikan informasi bahwa setiap peningkatan sebesar 1% pada nilai Akun Instagram @Quranreview akan berkontribusi pada peningkatan pemahaman ayat al-Qur'an sebanyak 0,129. Angka koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa perubahan positif pada variabel X (Akun Instagram @Quranreview) berdampak positif pula pada variabel Y (pemahaman ayat al-Qur'an). Dengan kata lain, semakin tinggi nilai Akun Instagram @Quranreview, semakin meningkat pula pemahaman terhadap ayat al-Qur'an.

Hasil dari uji F memberikan indikasi apakah setidaknya satu variabel independen dalam model secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman ayat Al-Qur'an. Informasi lebih lanjut terkait hasil uji F dapat diidentifikasi dan ditemukan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Annova Uji hipotesis F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	53.526	1	53.526	14.691	.000 <sup>b</sup>
1	Residual	357.064	98	3.644		
	Total	410.590	99			

a. *Dependent Variable:* Pemahaman Ayat Al Quran

b. *Predictors:* (Constant), Akun Instagram @Quranreview

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2023.

Tabel 4 mengindikasikan bahwa nilai F hitung sebesar 14,691 dengan signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi dalam variabel pemahaman ayat Alquran. Dengan hasil yang signifikan, model regresi ini dapat diandalkan untuk memprediksi variabel pemahaman ayat Alquran

berdasarkan variabel akun Instagram @Quranreview. Kesimpulan ini menegaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan akun Instagram @Quranreview terhadap pemahaman ayat Alquran di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSU.

Uji koefisien determinasi untuk model regresi yang mempertimbangkan variabel independen, terutama penggunaan akun Instagram @Quranreview, dalam

memprediksi pemahaman ayat Al-Qur'an di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSU. Koefisien determinasi (*R Square*) pada tabel ini menggambarkan sejauh mana variasi dalam pemahaman ayat Al-Qur'an dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang dimasukkan ke dalam model

regresi. Nilai *R Square* yang signifikan menunjukkan seberapa baik model mampu menjelaskan variasi dalam pemahaman ayat Al-Qur'an di kalangan responden. Informasi lebih lanjut terkait nilai *R Square* dan interpretasinya dapat ditemukan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.361 <sup>a</sup>	.130	.121	1.90880

a. Predictors: (Constant), Akun Instagram @Quranreview

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2023.

Hasil uji koefisien determinasi *R Square* pada tabel 5 menunjukkan nilai sebesar 0,130 atau 13,0%. Hal ini mengindikasikan bahwa sekitar 13,0% dari variasi dalam pemahaman ayat Al-Qur'an dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan akun Instagram @Quranreview. Dengan kata lain, sebagian kecil dari perubahan dalam pemahaman ayat Al-Qur'an dapat diprediksi dan diatributkan langsung kepada variabel Akun Instagram @Quranreview. Sementara itu, sisanya sebesar 87,0% (100% - 13,0%) dari variasi dalam pemahaman ayat Al-Qur'an tidak dapat dijelaskan oleh variabel Akun Instagram @Quranreview yang diuji dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa ada faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian yang juga berperan dalam menjelaskan variasi dalam pemahaman ayat Al-Qur'an.

### Pengaruh Akun Instagram @Quranreview dalam Meningkatkan Pemahaman Ayat Al-Qur'an pada Mahasiswa UINSU

Meskipun penggunaan akun Instagram @Quranreview memberikan kontribusi yang signifikan, perlu diakui bahwa aspek-aspek lain seperti latar belakang pendidikan, pengalaman personal, atau faktor budaya mungkin juga memiliki

pengaruh yang penting terhadap pemahaman ayat Al-Qur'an. Oleh karena itu, interpretasi hasil penelitian perlu mempertimbangkan keragaman faktor-faktor tersebut untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik terkait dengan determinan pemahaman ayat Al-Qur'an.

Media sosial, secara umum, memainkan peran yang krusial dalam memberikan kontribusi pada dunia pendidikan. Generasi millennial, seperti yang dibuktikan oleh penelitian Indrawan et al., (2023), memiliki tingkat eksposur yang tinggi terhadap media sosial. Media sosial tidak lagi merupakan hal yang asing bagi generasi millennial; penggunaannya telah meluas di seluruh dunia. Keberadaan media sosial, termasuk Instagram, memberikan akses yang mudah dan cepat bagi generasi millennial, terutama mahasiswa UINSU, untuk mendapatkan informasi. Salah satu contoh konkret adalah dalam memperoleh pemahaman ayat Al-Qur'an melalui akun Instagram @Quranreview

Instagram telah menjadi *trend* yang paling dominan dan luas digunakan oleh masyarakat saat ini, mengakibatkan dampak yang signifikan pada khalayaknya. Platform media sosial ini telah menjadi saluran utama bagi individu untuk berbagi momen, berkomunikasi, dan mengakses berbagai

informasi. Dengan populasi pengguna yang besar, Instagram memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk opini, *trend*, dan persepsi di kalangan masyarakat. Fenomena ini menciptakan efek terapan yang kuat, memengaruhi perilaku, pola pikir, dan gaya hidup para penggunanya. Dengan kemampuannya untuk menyebarkan konten dengan cepat dan luas, Instagram menjadi alat yang sangat efektif dalam membentuk budaya digital dan memperkuat keterlibatan sosial di era digital ini (Amala & Riyantini, 2019).

Dalam konteks ini, perlu diakui bahwa Instagram, selain sebagai alat pembelajaran, juga menjadi wadah bagi esensi bisnis dan politik (Soraya et al., 2019). Dampak positif dari media sosial ini terutama muncul dalam peningkatan literasi media mahasiswa, yang melibatkan analisis kritis terhadap pesan-pesan keagamaan di *platform* tersebut. Kesadaran mahasiswa terhadap aspek politik dan bisnis Instagram dapat meningkatkan pemahaman mahasiswai terhadap pengaruh media sosial dalam berbagai aspek kehidupan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana literasi media melalui Instagram dapat memengaruhi pemahaman ayat Al-Qur'an, serta menyoroti kompleksitas peran media sosial dalam konteks pendidikan dan keagamaan.

Temuan ini secara konsisten mengikuti temuan-temuan sebelumnya, seperti yang diungkapkan oleh Minarti et al (2023), dan Dwistia et al (2022), yang menunjukkan bahwa media *virtual* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap prestasi belajar dalam konteks pendidikan Islam. Penelitian Minarti et al (2023), memberikan perspektif yang mendalam terkait kontribusi positif media *virtual* terhadap pemahaman dan pencapaian prestasi belajar dalam pendidikan Islam, mengukur sejauh mana media *virtual* dapat menjadi alat efektif

untuk meningkatkan kualitas pendidikan keagamaan.

Selanjutnya, penelitian oleh Dwistia et al (2022) memperkuat temuan tersebut dengan menekankan bahwa penggunaan media *virtual* memiliki dampak signifikan terhadap pencapaian prestasi belajar, memberikan dasar yang lebih kuat untuk mengakui peran penting media *virtual* dalam mendukung proses pendidikan Islam.

Namun, temuan ini tidak hanya terbatas pada pengaruh media *virtual* secara umum, melainkan juga menyoroti kontribusi positif media sosial, khususnya akun Islami, seperti yang ditemukan oleh (Dwistia et al., 2022). Penelitian ini menggambarkan bahwa penggunaan media sosial, terutama melalui akun Islami, tidak hanya memperkaya pemahaman keagamaan mahasiswa, tetapi juga berperan dalam membangun dan memberdayakan masyarakat. Akun Islami di media sosial diidentifikasi sebagai alat yang efektif untuk memastikan pembangunan dan kemandirian masyarakat melalui peningkatan akses terhadap pengetahuan keagamaan.

Dengan demikian, temuan ini tidak hanya mengonfirmasi dampak positif media *virtual* pada prestasi belajar dalam pendidikan Islam, tetapi juga menunjukkan peran krusial media sosial, khususnya akun Islami, dalam memberdayakan masyarakat melalui kebebasan untuk menuntut ilmu. Implikasinya sangat relevan untuk memahami bagaimana teknologi informasi dan media sosial dapat secara positif memperkaya pembelajaran dan membawa dampak yang positif dalam pengembangan pengetahuan keagamaan dan pemberdayaan masyarakat.

Sebagai hasil temuan, diharapkan mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial, terutama Instagram, yang sesuai dengan kebutuhan pribadi dan akademis mereka. Penggunaan Instagram pada era saat ini tidak hanya

terbatas pada aspek dunia maya, seperti upaya memperoleh status sosial, melainkan juga memiliki potensi besar sebagai alat pembelajaran yang efektif untuk memperoleh pengetahuan seputar kajian dakwah Islam, termasuk penafsiran Al-Qur'an (Dinillah & Kurnia SF, 2019). Dalam konteks pembelajaran, hasil penelitian (Dinillah & Kurnia SF, 2019), menunjukkan bahwa Instagram dapat menjadi saluran yang berharga untuk memperdalam pemahaman terkait kajian dakwah Islam, khususnya dalam penafsiran Al-Qur'an. Mahasiswa diharapkan mampu memanfaatkan *platform* ini sebagai sumber pengetahuan yang dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan literasi keagamaan mereka.

Melalui penggunaan *platform* Instagram untuk kepentingan pembelajaran, para mahasiswa dapat terlibat dalam diskusi, memperluas wawasan keislaman, dan juga memanfaatkan konten-konten edukatif yang disediakan oleh akun-akun yang fokus pada kajian dakwah Islam. Oleh karena itu, integrasi positif antara kebutuhan pribadi dan tujuan akademis dalam penggunaan Instagram dapat menghasilkan dampak yang positif dalam pengembangan pengetahuan dan pemahaman keagamaan mahasiswa. Dengan demikian, harapan besar diletakkan pada mahasiswa agar mampu menjalankan tanggung jawab mereka sebagai pengguna media sosial dengan bijak. Penggunaan Instagram bukan hanya sebagai media sarana untuk dapat memperoleh status sosial semata, tetapi lebih kepada memanfaatkannya sebagai alat pembelajaran yang mampu memberikan kontribusi positif bagi perkembangan pengetahuan dan pemahaman mereka, khususnya dalam konteks kajian dakwah Islam dan penafsiran Al-Qur'an.

Tentu saja, penting bagi mahasiswa untuk memahami bahwa Instagram bukan sekadar *platform* hiburan atau interaksi sosial, melainkan juga dapat dijadikan

sumber informasi dan ilmu yang berharga. Temuan dari penelitian (Basri & Murtaglo, 2020) yang menunjukkan bahwa media sosial, termasuk Instagram, lebih diminati daripada media massa untuk pembelajaran agama, menegaskan bahwa mahasiswa kini cenderung melibatkan diri lebih aktif dalam mencari dan menyampaikan informasi keagamaan melalui platform ini.

Sejalan dengan temuan dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Instagram memiliki potensi besar sebagai alat efektif dalam mendukung pembelajaran keagamaan dan meningkatkan literasi keislaman mahasiswa. Dengan sikap bijak dalam memanfaatkan media sosial, mahasiswa memiliki kesempatan untuk meraih manfaat maksimal dari Instagram sebagai sumber pengetahuan yang dinamis, merangsang pertumbuhan pemahaman mereka terkait kajian dakwah Islam, dan penafsiran Al-Qur'an.

Penafsiran Al-Qur'an di Instagram hadir dalam berbagai bentuk, baik itu dalam tulisan, format audiovisual, atau melalui poster. Salah satu akun Instagram yang secara aktif mengulas kajian tafsir Al-Qur'an adalah

Quranreview. Akun tersebut tidak hanya memberikan penafsiran dalam bentuk tulisan, tetapi juga memanfaatkan audiovisual dan poster, bahkan sering menggabungkan ketiga aspek tersebut. Dalam proses penafsirannya, penulis di @Quranreview mempertegas penggunaan bahasa yang menarik dan mudah dipahami, menciptakan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga mengundang partisipasi pengikutnya.

Hal ini konsisten dengan penelitian Nur Afifah (2021), yang menyatakan bahwa intensitas mengakses pesan dakwah kontekstual di Instagram @Quranreview berpengaruh positif terhadap minat belajar Al-Qur'an di kalangan pengikut. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Oktavia Deryanti H (2023), yang menunjukkan

bahwa akun Instagram @dawuhguru memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membaca Al-Qur'an di kalangan pengikutnya.

Dengan demikian, penggunaan Instagram sebagai sarana pembelajaran keagamaan melalui penafsiran Al-Qur'an diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif dalam meningkatkan minat dan pemahaman mahasiswa terhadap kajian dakwah Islam, memperkuat literasi keislaman, dan merangsang pertumbuhan pemahaman mereka terhadap Al-Qur'an.

### SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, dapat diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai dampak positif akun Instagram @Quranreview terhadap pemahaman ayat Al-Quran di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSU. Kesimpulan pertama menunjukkan bahwa akun Instagram tersebut memiliki pengaruh yang signifikan dalam memberikan akses kepada mahasiswa untuk memperoleh informasi, hiburan, dan ilmu agama. Ini menegaskan bahwa Instagram bukan hanya sekadar *platform* sosial, melainkan juga menjadi wahana pembelajaran dan pencarian pengetahuan keagamaan. Selanjutnya, kesimpulan kedua menyiratkan bahwa pemahaman ayat Al-Qur'an oleh mahasiswa dipengaruhi oleh konten-konten yang secara rutin dibagikan oleh akun @Quranreview di *platform* Instagram. Mahasiswa cenderung menggunakan Instagram sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan pemahaman ayat Al-Qur'an mereka, memanfaatkan fitur-fitur visual dan audiovisual yang ditawarkan oleh *platform* tersebut. Hal ini mencerminkan peran Instagram sebagai sumber pembelajaran yang dinamis dalam menghadirkan konten keagamaan yang menarik. Kesimpulan ketiga menekankan bahwa akun Instagram @Quranreview memiliki dampak positif yang nyata terhadap pemahaman ayat Al-Qur'an oleh

mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSU. Kesimpulan ini diperkuat oleh hasil uji regresi linear, uji t, dan uji F yang menunjukkan adanya signifikansi antar variabel, mengindikasikan bahwa penggunaan akun Instagram @Quranreview memiliki pengaruh yang kuat terhadap pemahaman ayat Al-Qur'an di kalangan mahasiswa. Saran untuk penelitian berikutnya dapat difokuskan pada eksplorasi tema sejenis dengan pendekatan yang berbeda, memperdalam pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran ayat Al-Quran oleh mahasiswa. Selain itu, penelitian dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain yang memengaruhi pemahaman ayat Al-Quran, serta melibatkan sampel responden yang lebih luas untuk memperluas generalisasi hasil penelitian.

### DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, Q., & Nasrullah, R. (2021). Seeding Peaceful Preaching The Digital Universe: Mediatization Of Preching Husein Ja'far Al-Hadar On Instagram. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(2), 329–356. <https://doi.org/10.22515/al-balagh.v6i2.3510>
- Amala, I. A., & Riyantini, R. (2019). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Sandiaga Uno di Media Online Terhadap Sikap Masyarakat (Survei di Kelurahan Tanah Baru, Depok). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 72–81. <https://doi.org/10.33822/jep.v1i02.958>
- Basri, H., & Murtadlo, M. (2020). Social Media in Learning of Islamic Religion. *Journal of Education and Training*, 5(2), 41–49. <https://doi.org/10.4108/eai.8-10-2019.2294524>
- Budiati, I., S., Y., Adi, W. P., Ayuni, S., R., H. A., Larasaty, P., & Saputri, V. G. (2018). *Profil Generasi Millennial Indonesia*.

- Diantari, N. P. E., & Jokhu, J. R. (2021). The Impact of Instagram as A Social Media Tool On Consumer Purchase Decision On Nike. *Media and Communication Review*, 1(1), 17–29. <https://doi.org/10.32350/mcr.11.02>
- Dinillah, U., & Kurnia SF, A. (2019). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam dan @harakahislamiyah). *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, 1(1), 54–67. <https://doi.org/10.36761/kagangakomunikav1i1.411>
- Dwistia, H., Sajdah, M., Awaliah, O., & Elfina, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Ar-Rusyid: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 81–99. <https://doi.org/10.61094/arrusyid.2830-2281.33>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Igberaese, M., Cln, O., Oji, A., & Cln, L. (2014). Use of Social Media for Information Sharing among Students of Federal University of Petroleum Resources Effurun. *Journal of Applied Information Science and Technology*, 7(2).
- Jamil, H., Hamad, I., & Sari, Y. (2023). Personal Branding Puan Maharani Pada Akun Instagram @Puanmaharani Menuju Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 205–217. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i2.2631>
- Jannah, R. (2021). . Tafsir Al-qur'an Media Sosial: Kajian Terhadap Tafsir pada Akun Instagram @qur'anreview dan Implikasinya terhadap Studi Al-qu'an. *Journal of Qur'an and Hadist Studies. Al-A'raf: Jurnal Pemikiran Islam Dan Filsafat*, 1(1), 25. <https://doi.org/10.22515/ajpif.v16i1.1644>
- Kırık, A. M., & Çetinkaya, A. (2018). The Use of Social Media in Online Journalism. *International Eurasian Conference on Sport Education and Society*, November, 1171–1178. <https://www.researchgate.net/publication/329991172>
- Minarti, M., Norhidayati Rahmah, M., Khalilurrahman, K., Samsir, S., & Mardiana, M. (2023). Utilization of social media in Learning Islamic Religion: Its Impact on Strengthening Student Outcomes and Achievements. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(2), 279–291. <https://doi.org/10.31538/ndh.v8i2.3930>
- Nandi, A. P. (2021). *Pengaruh Media Sosial dan Gerakan Massa Terhadap Hakim*. Cipta Media Nusantara.
- Nurhikmah, Z. (2021). the Effectiveness of Media Instagram Toward the Students Speaking Skills At Islamic Institute Sunan Kalijogo Malang. *Language-Edu, Vol 10, No 5 (2021): Language-Edu Journal*. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/LANG/article/view/11510/pdf>
- Pardede, Y. M., & Rinanto, R. (2023). Strategi Event Melalui Akun Instagram @moxy\_bandung Pada Masa New Normal. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 432–445. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i2.3289>
- Pathia, L. (2020). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Multimodal Instagram KH Mustofa Bisri pada Akun @s.kakung). *Mediasi*, 1(3), 174–188.

- <https://doi.org/10.46961/mediasi.v1i3.140>
- Puspita, R., & Suciati, T. N. (2020). Mobile Phone dan Media Sosial: Penggunaan dan Tantangannya pada Jurnalisme Online Indonesia. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 132–146. <https://doi.org/10.33822/jep.v3i2.1781>
- Sabrina, N. P., & Kartasasmita, S. (2021). The Relationship Between Instagram Social Media Intensity and Consumptive Behavior of Fashion Products Among Early Adulthood Women. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570(Icebsh), 339–343. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.055>
- Saudah, S., Fanirin, M. H., & ... (2023). Analisis Pengaruh Akun Instagram@Quranreview Terhadap Minat Followersnya Belajar Bahasa Arab. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 6(3), 816–824. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/19441%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/download/19441/14216>
- Scheurich. (2014). *Research Method in The Postmodren*. Routledge.
- Silva, T., De Melo, P., Almeida, J., Salles, J., & Loureiro, A. (2013). A picture of Instagram is worth more than a thousand words: Workload characterization and application. *Distributed Computing in Sensor Systems. IEEE.*, 123–132.
- Soraya, I., Kussanti, D. P., & Susilowati, S. (2019). Kreativitas Sebagai Literasi Media Televisi Di Era 4.0. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 59–71. <https://doi.org/10.33822/jep.v1i02.957>
- Ulum, M., Rahman, A. A., Maharani, S., & Purnomo, A. (2021). Islamic Education and Social Media Transformation in Pandemic Era: Challenges and Opportunities in Indonesia. *Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan*, 1(1), 185–196. <https://doi.org/10.21154/cendekia.v1i1.2662>
- Widjajanta, B., Senen, S. H., Masharyono, Lisnawati, & Anggraeni, C. P. (2018). The impact of social media usage and self-esteem on conspicuous consumption: Instagram user of Hijabers Community Bandung member. *International Journal of EBusiness and EGovernment Studies*, 10(2), 1–13.
- Woodley, A. (2018). How does Instagram impact on people's perceptions of their appearance? *Journal of Aesthetic Nursing*, 7(2), 94–95. <https://doi.org/10.12968/joan.2018.7.2.94>
- Yang, C. (2021). Research in the Instagram Context: Approaches and Methods. *The Journal of Social Sciences Research*, 71, 15–21. <https://doi.org/10.32861/jssr.71.15.21>