

Pengaruh Postingan Instagram Akun @Inspirasikristen_ Terhadap Motivasi Religius Followers

Ririn Herlina¹⁾; Tri Widya Budhiharti²⁾

^{1,2)} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa
Email: ¹⁾ ririnherlinaa14@gmail.com; ²⁾ tri.widya@fisip.unsika.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [03 Juni 2025]
Revised [10 Juli 2025]
Accepted [12 Juli 2025]

KEYWORDS

Posts, Instagram, Christian Inspiration, Uses and Effects Theory, Religious Motivation, followers.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh postingan instagram akun @Inspirasikristen_ terhadap motivasi religius berdasarkan aspek Frekuensi, Intensitas, dan Isi Pesan. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sosial media khususnya Instagram yaitu akun @Inspirasikristen terhadap motivasi religius followers. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode kausal berbasis filsafat positivisme. Teori yang digunakan adalah teori Uses and Effect dari Sven Windahl. Populasi penelitian ini adalah followers dari akun @Inpirasikristen, dengan jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi religius dari followers akun @Inspiraskristen_ memiliki pengaruh 44,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada didalam penelitian ini.

ABSTRACT

This research discusses the influence of Instagram posts from the @Inspirasikristen_ account on religious motivation based on the aspects of Frequency, Intensity, and Message Content. The aim of this research is to determine the extent of the influence of social media, specifically Instagram, through the @Inspirasikristen account, on the religious motivation of its followers. The approach used is quantitative with a causal method based on the philosophy of positivism. The theory used is the Uses and Effects theory by Sven Windahl. The population of this research is the followers of the @Inpirasikristen account, with the sample size determined using the Slovin formula, resulting in 100 respondents. The research results indicate that the religious motivation of followers of the @Inspiraskristen_ account has an influence of 44.4%, with the remainder influenced by other variables not included in this study.

PENDAHULUAN

Globalisasi adalah tatanan masyarakat mendunia yang menghilangkan batas wilayah, dipicu oleh pertukaran pandangan dunia yang meningkatkan ketergantungan antar bangsa dan memunculkan dampak positif serta negatif. Teknologi menjadi dampak terbesar globalisasi, di mana pemuda memegang peranan penting dalam perkembangannya, termasuk dalam kehidupan bergereja. Media sosial, sebagai bagian dari media baru, berkembang pesat dan menawarkan kemudahan bagi penggunaannya, terutama remaja, namun juga memunculkan dampak negatif seperti distraksi, konten negatif, perbandingan sosial, dan polarisasi. Oleh karena itu, persekutuan kecil diperlukan untuk mengingatkan dan menguatkan iman, serta memberikan batasan dalam bersosial media, seperti yang dilakukan oleh persekutuan Inspirasi Kristen melalui platform Instagram untuk menyebarkan nilai-nilai Kristiani dan memperkuat keimanan para pemuda. Sesuai namanya, akun Inspirasi Kristen hadir ditengah-tengah sosial media untuk menginspirasi banyak orang, secara Khusus bagi kaum Kristiani. Inspirasi yang diberikan biasanya melalui kata-kata motivasi, video renungan/inspirasi, kesaksian, ataupun bantuan social kepada kaum yang membutuhkan berlandaskan Firman Tuhan yang diambil dari alkitab. Dari sekian banyak persekutuan, peneliti memilih Inspirasi Kristen karena persekutuan ini yang paling sering muncul, cukup aktif dalam mengupload beranda ataupun cerita. Inspirasi Kristen juga sudah cukup lama dibuat sehingga hampir semua kalangan telah mengetahui adanya persekutuan ini.

LANDASAN TEORI

Teori uses and effect

Teori Uses and Effects, yang dikemukakan oleh Sven Windahl, menjelaskan bahwa penggunaan media didasari oleh kebutuhan manusia untuk memuaskan diri dan menimbulkan efek pada individu. Teori ini menekankan bagaimana pemanfaatan media massa membantu menafsirkan informasi dan memicu perubahan sikap serta perilaku, yang dipengaruhi oleh kebutuhan, harapan, persepsi terhadap media, dan tingkat akses. Faktor-faktor penting dalam penggunaan media untuk memperkirakan hasil meliputi jenis konten, jumlah konten yang digunakan, dan tingkat keterlibatan. Berdasarkan penjelasan di atas, teori uses and effect adalah teori yang membahas adanya hubungan antara pengguna, media, audiens, dan efek, yang melibatkan adanya kebutuhan, harapan, dan persepsi penggunaannya terhadap

media, serta tingkat akses pengguna media yang mengakibatkan pada keputusan menggunakan media hingga diperoleh consequence, yaitu efek isi media dan konsekuensi penggunaan medianya. Penelitian ini menguji pengaruh postingan akun Instagram terhadap motivasi followers akun Inspirasi Kristen. Yaitu yang pertama, Frekuensi dari postingan yang diunggah di akun tersebut. Kedua, Intensitas followers melihat postingan pada akun tersebut. Ketiga, isi pesan yang diterima oleh para pengikutnya. Dengan menghubungkan ketiga variabel ini, penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana postingan Instagram mempengaruhi motivasi religius followers.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu cara untuk memperoleh ilmu pengetahuan atau memecahkan masalah yang dihadapi dan dilakukan secara hati-hati dan sistematis dan data-data yang dikumpulkan berupa rangkaian atau kumpulan angka-angka. Penelitian menurut Sugiyono, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sugiyono (2022:7-8) menjelaskan lebih dalam mengenai metode penelitian kuantitatif yang sering disebut metode tradisional dan berlandaskan filsafat positivisme. Filsafat positivisme melandasi metode penelitian kuantitatif karena memenuhi kaidah-kaidah ilmiah seperti rasional, terukur, empiris/konkret, objektif, dan sistematis. Filsafat positivisme adalah pandangan tentang realitas, gejala, atau fenomena yang dapat diklasifikasikan, diukur, dan diamati, konkret, relatif tetap, serta mempunyai sifat hubungan gejala sebab akibat. Sifat proses penelitiannya adalah deduktif guna menjawab rumusan masalah dengan merumuskan hipotesis.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner secara digital melalui aplikasi Instagram yang dipilih secara acak yang menjadi pengikut akun Inspirasi Kristen. Menurut Sugiyono (Sahir, 2021), metode penelitian merupakan cara ilmiah dalam mendapatkan sebuah data dengan tujuan dapat dijelaskan, ditemukan, dibuktikan, ditemukan pengetahuan, dikembangkan dengan tujuan untuk memecahkan, memahami dan mengantisipasi masalah dalam kehidupan manusia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil output dari gambar di atas yang menggunakan SPSS, didapatkan nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,444 dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,666. Maka dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel X (Postingan Instagram akun @Inspirasikristen_) berpengaruh terhadap variabel Y (Pengaruh terhadap Motivasi religius followers) sebesar 0,444 atau 44,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian ini memiliki jumlah sampel sebanyak 100. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa identitas responden yang berjumlah 100 orang dapat dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan. Responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden berjenis kelamin laki-laki, yaitu perempuan mencapai tingkat persentase sebesar 66%. Sementara itu, responden laki-laki memiliki tingkat persentase sebesar 34%. Beda sedikit namun responden dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 66 orang.

Hasil dari uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, maka hal ini menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena nilai Signifikansi nya lebih besar $0,200 > 0,05$. Berdasarkan pada output tabel di atas, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X (Postingan Instagram akun @Inspirasikristen_) terhadap Variabel Y (Pengaruh terhadap motivasi religius followers) ditandai dengan nilai Signifikansi nya sebesar $0.001 < 0.05$.

Dengan tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 95%, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh Frekuensi terhadap variabel Postingan terhadap motivasi religius followers.

Diketahui nilai signifikansi = $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti frekuensi berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi religius followers. Berdasarkan hasil wawancara singkat hal ini disebabkan oleh mayoritas responden merasa bahwa semakin sering melihat postingan Instagram @Inspirasikristen_ akan membuat meningkatkan motivasi religius dalam dirinya.

2. Pengaruh Intensitas terhadap variabel Postingan terhadap motivasi religius followers. Diketahui nilai signifikansi = 0,489 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak yang berarti Intensitas tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap motivasi religius followers. Berdasarkan hasil wawancara singkat hal ini disebabkan oleh mayoritas responden merasa bahwa mereka jarang sekali mengakses akun @Inspirasikristen_ dan tidak menonton video renungannya sampai habis.
3. Pengaruh Isi Pesan terhadap variabel Postingan terhadap motivasi religius followers. Diketahui nilai signifikansi = 0,004 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti Isi Pesan dalam Postingan Instagram akun @Inspirasikristen berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi religius followers. Berdasarkan hasil wawancara singkat hal ini disebabkan oleh mayoritas responden merasa setiap postingan Instagram akun @Inspirasikristen_ berisi pesan baik yang singkat, jelas, menarik dikemas dengan sederhana dan rapih serta disesuaikan dengan kebutuhan anak muda zaman sekarang sehingga tidak bosan untuk dilihat dan dibaca serta praktis untuk dibaca.

Tabel 1. Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	371,524	3	123,841	25,506	<,001 ^b
	Residual	466,116	96	4,855		
	Total	837,640	99			

a. Dependent Variable: MotivasiReligius

b. Predictors: (Constant), IsiPesan, Intensitas, Frekuensi

Sumber: Data Diolah, 2025

Figure 1. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,666 ^a	,444	,426	2,20349

a. Predictors: (Constant), IsiPesan, Intensitas, Frekuensi

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Postingan Instagram akun @Inspirasikristen_ dapat diukur pengaruhnya. Postingan Instagram dapat diukur melalui 3 indikator, yaitu: Frekuensi, Intensitas, dan Isi Pesan. Postingan Instagram terhadap Frekuensi mendapatkan hasil sebesar 83,58%. Postingan Instagram terhadap Intensitas mendapatkan hasil sebesar 77,33%. Postingan Instagram terhadap Isi Pesan mendapatkan hasil sebesar 87,83%. Postingan Instagram secara keseluruhan yang diukur dapat hasil sebesar 82,91%.
2. Pengaruh terhadap motivasi religius followers yang diukur mendapatkan hasil sebesar 87,65%. Hal ini menunjukkan Pengaruh terhadap motivasi religius followers tergolong tinggi. Hal ini disebabkan sebagian besar responden dapat menerima, memahami, dan mengerti isi dari postingan instagram akun @Inspirasikristen_
3. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana secara simultan, Postingan Instagram akun @Inspirasikristen_ berpengaruh signifikan terhadap motivasi religius followers. Secara parsial, dapat dilihat bahwa Frekuensi berpengaruh signifikan terhadap motivasi religius followers. Intensitas tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi religius followers. Isi Pesan berpengaruh signifikan terhadap motivasi religius followers.

Saran

Peneliti berharap kepada komunitas Inspirasi Kristen baik di sosial media manapun itu dalam mempengaruhi motivasi religius dapat mempertahankan bahkan mengembangkan ide-ide baru untuk tetap menyebar Firman Tuhan dan Kabar Baik itu karena berdasarkan hasil penelitian, Isi Pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh followers secara konsisten. Lebih memberikan variasi lebih untuk setiap postingan agar followers tidak merasa bosan dan terus ingin membaca renungan yang diunggah. Namun, kembali ke pribadi masing-masing followers karena sebenarnya pertumbuhan Iman tidak dapat diukur secara data namun hati.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewanto, A. M., & Nurhayati, S. (2015). Pengaruh kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual terhadap sikap etis dan prestasi mahasiswa akuntansi (studi pada perguruan tinggi di kota Pekalongan). *Pena: Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 23(1).
- Ferlitasari, R., & Rosana, E. (2020). Pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku keagamaan remaja. *Socio Religia*, 1(2).
- Komalasari, R. (2020). Manfaat teknologi informasi dan komunikasi di masa pandemi covid 19. *Tematik*, 7(1), 38–50.
- Munti, N. Y. S., & Syaifuddin, D. A. (2020). Analisa dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam bidang pendidikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(2), 1805–1975.
- Nurazizah, I. S., & Syam, N. K. (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram@ Iqomic Januari–Maret 2021. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 43–50.
- "The Routledge Handbook of Religion and Digital Culture" (Heidi A. Campbell, 2020).
- Putra, M. W. P., & Kasmiarno, K. S. (2020). Pengaruh covid-19 terhadap kehidupan masyarakat Indonesia: Sektor pendidikan, ekonomi dan spiritual keagamaan. *POROS ONIM: Jurnal Sosial Keagamaan*, 1(2), 144–159.
- Rossza, D. A., & Lubis, E. E. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram@ halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *Jom Fisip*, 7, 1–11.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian. Penerbit KBM Indonesia. Umiyati, H., & Sandi, J. D. I. (2017). *Populasi dan teknik sampel*.
- Br Nasution, N. A. (2021). Pengaruh Akun Instagram@ Haneenakira Terhadap Perilaku Keagamaan Para Followers-nya (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Rahayu, F. S., Kristiani, L., & Wersemetawar, S. F. (2019). Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Sosial Remaja di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. In *Prosiding SEMNAS INOTEK (Seminar Nasional Inovasi Teknologi)* (Vol. 3, No. 1, pp. 039-046).
- Falah, F., Al Fikri, M., & Rozi, F. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi Pada Lingkungan IX Desa Sinaksak Kecamatan Tapian Dolok Kabupaten Simalungun). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(5), 1529-1536.
- Murti, A. N. (2020). Pengaruh Pesan Dakwah Pada Akun Instagram@ berani. hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- SARI, D. I. (2023). PENGARUH AKUN INSTAGRAM@ hanbok_travelarts TERHADAP SIKAP FOLLOWERS DALAM MEMPERKENALKAN HANBOK (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Kertanegara, P. Pengaruh Metode Penyampaian Pesan Dakwah Akun Instagram@ Iqomic Terhadap Religiusitas Followers (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133.
- Gerard Goggin, "Youth Culture and Mobiles", Vol. 1, *Journal Mobile Media & Communication*, (2013), 83-88.
- Herawati Barus, "Pelayanan Kaum Muda dalam Menciptakan Generasi yang bersinar", Vol.2, *Jurnal SOTIRIA (Medan: Sekolah Tinggi Teologi Paulus, 2019)*, 30.
- Bambang Dwi Atmoko, *instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), hlm. 10