

HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN AKHLAK SISWA KELAS IX DI MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI (MTSN) 1 KOTA BOGOR

Risma Refiani Suryana
Universitas Ibn Khaldun Bogor

ABSTRACT: *Risma Refiani Suryana NPM 161104091192. " The relationship between the use of social media and the morals of grade IX students at MTSN 1 Bogor City ". Islamic education. Faculty of Islamic Religion. UIKA Bogor. 2020. Thesis. This study aims to determine whether there is a relationship between the use of social media and the morals of grade IX students at MTSN 1 Bogor City. This research uses quantitative methods and this type of research is correlational in MTSN 1 Bogor City. The population numbered 318 students in class IX. And the determination of the sample in this study uses the meaning of Suharsimi Arikunto so that from 318 populations to 64 students. The data collection method used was a questionnaire (questionnaire), data processing techniques and data analysis used were linear analysis, normality test and hypothesis testing were carried out using regression correlation analysis, data analysis using Pearson Correlation statistical analysis. From the results of the prerequisite test analysis of the normality test, both social media and student morals are in the normal category, namely the sig value > 0.05. And the linearity test analysis of the two variables is all linear. The results of the hypothesis testing are that social media has a significant relationship with morals, namely the correlation coefficient value obtained between variables of 0.624. The coefficient of determination obtained a value of 0.390. This value means that the relationship between social media and the morals of class IX students is 39.0%.*

Keywords: *Social Media, Morals, and class IX.*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Akhlahk merupakan salah satu pilar utama kehidupan masyarakat sepanjang sejarah. Kita juga membaca dalam sejarah bahwa suatu bangsa menjadi kokoh apabila ditopang dengan akhlahk yang kokoh, dan sebaliknya, suatu bangsa akan runtuh ketika akhlahknya rusak.

Bagi masyarakat muslim, dalam kehidupan berakhlahk mulia, ada contoh ideal yang harus selalu dijadikan teladan kapan dan dimanapun. Ia adalah Nabi Muhammad SAW, yang salah satu misi yang dibawanya adalah untuk menyempurnakan akhlahk.

Firman Allah SWT dalam surah Al-Ahzab : 21

لقد كان لكم في رسول الله اسوة حسنة لمن كان يرجوا الله واليوم الآخر وذكر الله كثيرا

Artinya : “Sungguh telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan yang banyak mengingat Allah SWT.”

Ayat di atas menunjukkan bahwa Rasulullah, Muhammad adalah orang yang paling utama diantara orang-orang beriman. Istri-istrinya adalah ibu bagi umat muslim. Beliau utusan Allah SWT yang terakhir, sebagai penutup para Nabi dan Rasul, sekaligus penyempurna risalah Allah yang telah dibawa oleh para utusan sebelumnya. Beliau menerima wahyu Al-Qur'an sebagai petunjuk bagi umat manusia secara keseluruhan. Namun demikian, ia adalah manusia biasa, makan dan minum sebagaimana manusia lainnya. Maka dari itu, diserukan kepada orang-orang yang menginginkan kebahagiaan hidup di dunia dan terlebih di akhirat serta berharap ridha Allah, agar mengambil contoh teladan dari diri Rasulullah yang selalu mendapat tuntunan dari Allah SWT. (Khoiriyah, 2017, hal. 3)

Perilaku remaja melalui instagram biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-temannya. Mereka beranggapan semakin aktif seorang remaja di media sosial dalam hal ini instagram maka mereka semakin dianggap keren dan gaul. Namun bagi kalangan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan jaman, dan kurang bergaul. Mindset seperti inilah yang membuat remaja berperilaku jauh dari hal keagamaan bahkan tanpa memikirkan nilai-nilai keislamannya. Perilaku remaja yang mencerminkan nilai-nilai keislaman seperti beribadah kepada Allah SWT, tidak membohongi orang tua hanya untuk eksistensi, tidak menjerumuskan diri sendiri hanya untuk memenuhi kebutuhan (life-style), dan menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangannya dalam kehidupan sehari-hari. (Ferlitasari, 2018, hal. 27)

Akan tetapi tanpa disadari atau tidaknya, perlahan-lahan internet akan mengubah pola akhlak para penggunanya. Penyalahgunaan internet akan menyebabkan keruntuhan akhlak pada golongan remaja khususnya dimasa kini. Internet saat ini bukan hanya penyebab keruntuhan akhlak remaja, namun juga telah mewabah pada golongan pelajar siswa, mahasiswa, bahkan pekerja kantoran. (Khoiriyah, 2017, hal. 1)

Globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan. Globalisasi diartikan sebagai proses yang menghasilkan dunia tunggal. Dengan berkembangnya bidang komunikasi dan transportasi, dunia mengalami era globalisasi. Era dimana informasi seluruh dunia terbuka untuk semua orang. Perlu diketahui dalam derasnya arus Globalisasi saat ini, terdapat dampak positif dan negatif, dengan kata lain globalisasi menimbulkan bahaya dan harapan.

Dampak globalisasi yang nampak adalah teknologi yang semakin canggih, segala sesuatu yang dibutuhkan dengan mudah didapat. Contoh saja handphone yang dengan mudahnya di dapat dengan kualitas terjamin dan harga terjangkau, bahkan setiap hari selalu ada perubahan dan penambahan versi-versi terbaru. Teknologi dan informasi di Indonesia semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Penggunaan media internet pun semakin berkembang dan meningkat. Pertumbuhan tersebut di dukung oleh berkembangnya penggunaan perangkat mobile khususnya smatrphone. Perkembangan

teknologi tersebut tidak hanya berkembang di kota-kota besar saja namun juga sudah merambah ke kota kecil bahkan ke pedesaan. Internet tidak hanya digunakan sebagai media berinteraksi dan komunikasi namun juga sebagai media promosi untuk menawarkan sebuah produk dan menampilkan tren masa kini yang sedang berkembang. Salah satu bagian dari internet adalah media sosial. (Ferlitasari, 2018, hal. 23)

Sejak munculnya media sosial di dunia maya, semua perhatian tertuju kepadanya. Terciptanya media sosial memiliki pengaruh di sebagian besar ranah kehidupan, mulai dari anak usia sekolah, mahasiswa, bahkan orang kantoran yang terbilang dewasa pun ikut bergabung sebagai penggunanya. (Khoiriyah, 2017, hal. 1)

Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat web page pribadi dan terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagai informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Sangat mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi seseorang dalam membuat akun di media sosial.

Pesatnya perkembangan media sosial juga dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Para pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan jaringan internet tanpa biaya yang besar dan dapat dilakukan sendiri dengan mudah. Media sosial memang menawarkan banyak kemudahan yang membuat para penggunanya betah berlama-lama berselancar di dunia maya. Para pengguna media sosial pun dapat dengan bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya tanpa rasa khawatir, tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Media sosial terbesar yang paling sering digunakan antara lain : Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Line, Whatsapp, Messenger. Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki. Namun yang paling populer di masa sekarang adalah media sosial instagram.

Instagram merupakan media sosial yang paling populer, popularitas instagram kian menjulang, seiring dengan meningkatnya jumlah penggunaannya. Menurut CEO Instagram, Kevin Systrom, jumlah pengguna aplikasi tersebut sudah mencapai 700 juta, dengan peningkatan 100 juta pengguna dalam waktu 4 bulan. (Ferlitasari, 2018, hal. 24)

Melalui internet, segala informasi dapat diketahui dan juga bisa dijadikan sebagai tempat bisnis. Perlu diketahui oleh para pengguna internet bahwa internet seperti halnya sebuah pisau, internet akan menjadi sangat fatal bagi penggunanya jika tidak mengetahui teknik pemanfaatan dan penggunaannya dengan baik dan benar. (Khoiriyah, 2017, hal. 1)

Dari hasil survey yang penulis lakukan di MTSN 1 Kota Bogor, diketahui bahwa pada saat pembelajaran dikelas berlangsung semua siswa mengumpulkan handphone tersebut ke dalam satu wadah dan disimpan di laci meja guru. Jadi tidak ada siswa yang memainkan handphone disaat pembelajaran sudah dimulai atau berlangsung. Dengan diadakannya peraturan di dalam kelas tersebut diharapkan mampu membawa perubahan yang baik terhadap akhlak remaja di bawah pengaruh media sosial instagram tersebut. Remaja pada dasarnya memiliki sifat mudah terpengaruh, suka meniru dan ingin dianggap super dan paling hebat tanpa memikirkan resiko dari langkah yang dilakukan dan bahkan menjurus pada suatu perbuatan yang melanggar norma agama dan hukum misal, ketika melihat unggahan foto atau video di instagram yang menunjukkan eksistensi, kemewahan, gaya hidup dan sebagainya. Ditakutkan para siswa mengikuti atau meniru gaya hidup, kemewahan, serta fasion yang mewah terdapat dalam postingan instagram tersebut. Kedua orang tua yang tidak bisa membelikan kebutuhannya, anak akan durhaka dikarenakan kebutuhannya tidak terpenuhi. Maka dari itu para siswa dilarang membuka media sosial pada saat belajar, karena jika para siswa membuka handphone saja itu termasuk tidak menghargai atau menghormati guru yang sedang menjelaskan materi tersebut. Dan termasuk tidak mempunyai akhlak. Dan juga dapat mengganggu jam pelajaran, jika siswa mengakses instagram saat jam pelajaran. Itu dapat mengurangi daya konsentrasi siswa sehingga prestasi mereka dapat turun.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang maka permasalahan tersebut dapat didefinisikan, sebagai berikut:

1. Siswa kurang memperhatikan guru yang sedang menjelaskan materi, karena sibuk dengan memainkan handphone.
2. Siswa kurang bersosialisasi dengan guru dan teman-temannya, karena sering membuka media sosial.
3. Adanya media sosial siswa menjadi malas mengerjakan tugas yang diberikan oleh guru dan melalaikan sholat.
4. Menonton konten-konten yang tidak baik untuk ditonton dari media sosial.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang secara primer menggunakan paradigma postpositivist dalam mengembangkan ilmu pengetahuan (seperti pemikiran tentang sebab akibat, reduksi kepada variabel, hipotesis, dan pertanyaan spesifik, menggunakan pengukuran dan observasi, serta pengujian teori). Menggunakan strategi penelitian seperti eksperimen dan survei yang memerlukan data statistik. (Emzir, 2015, hal. 28)

Menurut Sugiono metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam skripsi ini peneliti menggunakan penelitian jenis kuantitatif. Sugiono berpendapat bahwa:

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2016, hal. 2&8)

Menurut Suharsimi Arikanto, metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. (Umah, 2018)

Rancangan yang digunakan dalam peneliti ini adalah penelitian korelasional. Menurut Gay (1981: 183) penelitian korelasional kadang-kadang diperlakukan sebagai penelitian deskriptif, terutama disebabkan penelitian korelasional mendeskripsikan sebuah kondisi yang telah ada. Bagaimana, pun kondisi yang dideskripsikan berbeda secara nyata dari kondisi yang biasanya dideskripsikan dalam laporan diri atau studi observasi, suatu studi korelasional mendeskripsikan, dalam istilah kuantitatif tingkatan dimana variabel-variabel berhubungan. Penelitian korelasional melibatkan pengumpulan data untuk menentukan apakah, dan untuk tingkat apa, terdapat hubungan antara dua atau lebih variabel yang dapat dikuantitatifkan. (Emzir, 2015, hal. 37-38). Dalam ilmu statistik istilah korelasi diberi pengertian sebagai hubungan antar dua variabel atau lebih. Muri Yusuf berpendapat bahwa penelitian korelasional merupakan suatu tipe penelitian yang melihat hubungan antara satu atau beberapa ubahan dengan satu atau beberapa ubahan lainnya. (Umah, 2018). Jadi penelitian korelasional digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan media sosial Instagram terhadap akhlak siswa kelas VIII di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Kota Bogor.

III. KAJIAN TEORI

A. Akhlak

1. Pengertian Akhlak

Menurut bahasa, Akhlak berasal bahasa Arab dari kata khuluq (khuluqun), yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabi'at. Sedangkan secara istilah akhlak berarti ilmu yang menentukan batas antara yang baik dan yang buruk, antara yang terbaik dengan yang tercela, tentang perbuatan manusia, lahir dan batin. Untuk lebih memahami pengertian akhlak ini akan dikemukakan beberapa pengertian akhlak dari beberapa tokoh, yaitu:

Ahmad Amin, mengartikan akhlak sebagai suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh sebagian manusia kepada yang lainnya. Imam al-Ghazali, mengartikan sifat yang tertanam dalam jiwa yang menimbulkan macam-macam perbuatan dengan gampang dan mudah, tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Ibrahim Anis menyatakan akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang dengannya lahirlah macam-macam perbuatan baik atau buruk, tanpa membutuhkan pemikiran atau pertimbangan.

Hamzah Ya'kub, mengartikan akhlak : pertama, ilmu yang menentukan batas baik dan buruk, antara yang terpuji dan yang tercela, tentang perkataan atau perbuatan manusia lahir dan batin. Kedua, ilmu pengetahuan yang memberikan tentang baik dan buruk, ilmu yang mengajarkan pergaulan manusia dan menyatakan tujuan mereka yang terakhir dari seluruh usaha dan pekerjaan mereka.

Dari berbagai definisi yang telah dikemukakan di atas, dapat disebutkan lima ciri dari perbuatan akhlak:

- 1) Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang telah tertanam dalam jiwa seseorang sehingga telah menjadi kepribadiannya.
- 2) Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang dilakukan dengan mudah dan tanpa pemikiran.
- 3) Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang timbul dalam diri orang yang mengerjakannya tanpa ada paksaan atau tekanan dari luar.
- 4) Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang dilakukan dengan sungguh, bukan main-main atau hanya sebagai sandiwara saja.
- 5) Perbuatan akhlak (baca: akhlak baik) adalah perbuatan yang dilakukan karena ikhlas (semata-mata) karena Allah, bukan karena ingin dipuji atau ingin mendapatkan suatu pujian. (Sanusi, 2012, hal. 1-2)

Secara etimologis, kata akhlak berasal dari bahasa arab al-akhlaaq. Ia merupakan bentuk jamak dari kata al-khuluq yang berarti tingkah laku, budi pekerti, tabiat, kebiasaan atau watak. Sedangkan secara terminologis, pengertian akhlak telah dikemukakan oleh para ulama. Imam Syeikh Muhammad Jamaluddin Al-Qasimi dalam bukunya *Mau'idhatul Mu'minin* (tt. 204) mengatakan bahwa akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang darinya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah tanpa membutuhkan pertimbangan pikiran (terdahulu dahulu). Apabila yang timbul dari sifat jiwa itu al-af'alul al-jamiilah al mahmudah (perbuatan indah dan terpuji) menurut akal dan syari'at, maka perbuatan itu disebut akhlak baik. Dan apabila yang timbul dari sifat jiwa itu al-af'alul al qabihah (perbuatan-perbuatan jelek) menurut akal dan syari'at, maka perbuatan itu sendiri akhlak sayyiat (buruk). Kemudian Ibnu Maskawaih dalam *Niphan Abdul Halim* (2000:10) mengungkapkan bahwa akhlak ialah keadaan jiwa seseorang yang mendorongnya untuk melakukan perbuatan-perbuatan tanpa melalui pemikiran dan pertimbangan (terlebih dahulu).

Ahmad Amin dalam *Musthofa* (1997:13) mendefinisikan akhlak sebagai kehendak yang dibiasakan. Artinya, bahwa kehendak itu bila dibiasakan, maka kebiasaan itu dinamakan akhlak.

Dari ketiga definisi akhlak yang telah dikemukakan di atas, apabila ditinjau dari segi redaksi terdapat perbedaan, namun dilihat secara substansi nampaknya terdapat persamaan bahwa akhlak pada intinya adalah perbuatan yang timbul dari kekuatan jiwa (seseorang) yang ketika melakukannya tidak diawali dengan pertimbangan dan pemikiran (spontan). Perbuatan semacam ini dapat terjadi karena telah dilakukan secara berulang-ulang sehingga mudah melakukannya. Dari pemahaman ini kiranya dapat dipahami bahwa akhlak merupakan perbuatan yang sudah menyatu dengan pribadi dan ketika

melakukannya tidak ada paksaan dari pihak lain. Dari pemahaman ini apabila seseorang melakukan suatu perbuatan baru satu kali atau ketika melakukannya atas dasar adanya tekanan dari pihak lain maka perbuatan itu belum dikatakan sebagai akhlak.

Kemudian dilihat dari sifatnya, apabila perbuatan yang timbul dari kekuatan jiwa itu baik menurut syari'at dan akal, maka perbuatan itu disebut akhlakul mahmudah (akhlak terpuji) atau akhlakul karimah (akhlak mulia). Sebaliknya apabila perbuatan itu sayyi'at (buruk) menurut syari'at dan akal, maka perbuatan itu disebut akhlakul madzmumah (akhlak tercela). Dari sini dapat dikemukakan bahwa standar baik-buruk dalam akhlak adalah syari'at (Al-Qur'an dan Sunnah). (Hidayatulloh, 2011, hal. 197-198)

Menurut Abdullah Darraz mengemukakan bahwa akhlak adalah suatu kekuatan dalam kehendak yang mantap yang membawa kecenderungan kepada pemilihan pada pihak yang benar (akhlak yang baik) atau pihak yang jahat (akhlak yang buruk).

Selanjutnya menurut Abdullah Darraz, perbuatan-perbuatan manusia dapat dianggap sebagai manifestasi dari akhlaknya, apabila memenuhi dua syarat, yaitu :

- 1) Perbuatan-perbuatan itu dilakukan berulang kali dalam bentuk yang sama, sehingga menjadi suatu kebiasaan bagi pelakunya.
- 2) Perbuatan-perbuatan itu dilakukan karena dorongan jiwanya, bukan karena adanya tekanan dari luar, seperti adanya paksaan yang menimbulkan ketakutan atau bujukan dengan harapan mendapatkan sesuatu. (Sarjuni, 2012, hal. 216-217)

Menurut Daradjat (1990:253) yang dimaksud dengan akhlak secara bahasa berasal dari kata khalafa yang kata asalnya khuluqun yang berarti perangai, tabi'at, adat atau khalqun yang berarti kejadian, buatan ciptaan. Jadi secara etimologi akhlak itu berarti perangai, adat, tabiat, atau sistem perilaku yang dibuat.

Akhlak menurut para pemikir Muslimin, menunjukkan kondisi jiwa yang menimbulkan perbuatan atau perilaku secara spontan. Seseorang dikatakan bermental penolong, ketika dihadapkan kepada orang yang sedang dirundung kesulitan-kesulitan, secara spontan akan memberikan pertolongan tanpa banyak memperhatikan atau memikirkan untung rugi, atau ketika seseorang sedang berjalan tiba-tiba tersandung batu, maka kata-kata yang keluar dari mulutnya kata-kata "Innalilahi wa innailahi roji'un" atau "astagfirullohaladzim" atau "subhanallah" maka itu berarti dia memiliki akhlak yang terpuji, dan sebaliknya ketika yang keluar dari mulutnya nama-nama "penghuni kebun binatang", maka itulah akhlaknya. Jadi akhlak menunjukkan hubungan sikap batin dan perilaku secara konsisten. (Sauri, 2012, hal. 160)

Perkataan akhlak dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Arab akhlaq, bentuk jamak kata khuluq atau al-khuluq, yang secara etimologis (bersangkutan dengan cabang ilmu bahasa yang menyelidiki asal usul kata serta perubahan-perubahan dalam bentuk dan makna) antara lain berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabi'at (Rachmat Djatnika, 1987:25). Dalam kepustakaan, akhlak diartikan juga sikap yang melahirkan perbuatan (perilaku, tingkah laku) mungkin baik mungkin buruk. (Ali, 2011, hal. 346)

siswa adalah seseorang yang sedang tumbuh dan berkembang. Siswa memiliki potensi manusiawi seperti bakat, minat, kebutuhan, sosial dan kemampuan jasmaniah.

Potensi-potensi itu perlu dikembangkan melalui proses pendidikan dan pembelajaran di sekolah, sehingga terjadi perkembangan secara menyeluruh menjadi manusia seutuhnya.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa akhlak siswa adalah sikap yang telah ada dalam diri siswa, berkaitan dengan ucapan dan perbuatan yang harus ditampakkan oleh siswa dalam pergaulan disekolah dan diluar sekolah, melainkan berbagai ketentuan lain-lainnya yang memungkinkan dapat mendukung efektivitas proses belajar mengajar yang terjadi tanpa ada pertimbangan. Akhlak siswa bisa ditanamkan, dilatih dan dibiasakan melalui pendidikan. Itulah sebabnya, disetiap lembaga pendidikan terdapat materi pendidikan akhlak.

2. Macam-macam Akhlak

Berbicara masalah akhlak maka tidak bisa lepas dari dua sifat yang selalu bertentangan tetapi selalu terjadi dan menghiasi semua perilaku manusia, yakni masalah baik dan buruk. Karena itu pula maka secara umum akhlak itu bisa berkategori baik (akhlak mahmudah) dan bisa berkategori buruk (akhlak madzmumah). (Khoiriyah, 2017). Secara garis besar, akhlak dibagi dalam dua kategori, yaitu akhlak mahmudah dan akhlak mazmumah. (Sarjuni, 2012, hal. 224)

a. Akhlak Mahmudah

Akhlak mahmudah terdiri dari dua kata yakni akhlak dan mahmudah, pengertian akhlak pada intinya adalah daya jiwa yang dapat membangkitkan perilaku, kehendak dan perbuatan baik dan buruk, indah dan jelek, yang secara alami dapat diterima melalui pendidikan.

Secara kebahasaan kata al-mahmudah digunakan untuk menunjukkan sesuatu yang utama sebagai akibat dari melakukan yang disukai oleh Allah. Dengan demikian mahmudah lebih menunjukkan kepada kebaikan yang bersifat batin dan spiritual. Hal ini misalnya dinyatakan oleh Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 79:

ومن الليل قتهجد به نافلة لك عسى ان يبعثك ربك مقاما محمودا

Artinya :

Dan pada sebagian malam, lakukanlah sholat tahajud (sebagai suatu ibadah) tambahan bagimu: mudah-mudahan Tuhanmu mengangkatmu ke tempat yang terpuji.

Akhlak mahmudah pada prinsipnya merupakan daya jiwa seseorang yang mempengaruhi perbuatannya sehingga menjadi perilaku utama, benar, cinta kebajikan, suka berbuat baik sehingga menjadi watak pribadinya dan mudah baginya melakukan sebuah perbuatan itu tanpa ada paksaan. (Sanusi, 2012, hal. 51-52)

Yang dimaksud dengan akhlak mahmudah adalah segala macam sikap dan tingkah laku yang baik (terpuji). Adapun yang termasuk dalam kategori akhlak mahmudah jumlahnya cukup banyak, diantaranya adalah ikhlas (berbuat semata-mata karena Allah), tawakal (berserah diri kepada Allah), syukur (berterima kasih atas nikmat Allah), sidq (benar/jujur), amanah (dapat dipercaya), 'adl (adil), 'afw (pemaaf), wafa' (menepati janji), 'iffah (menjaga kehormatan diri), haya' (punya rasa malu), syaja'ah (berani), shabr (sabar), rahmah (kasih sayang), sakha' (murah hati), ta'awun (penolong), iqtisad (hemat),

tawadlu' (rendah hati), muru'ah (menjaga perasaan orang lain), qana'ah (merasa cukup dengan pemberian Allah), rifq (berbelas kasihan), dan lain sebagainya.

3. Tujuan Akhlak

Pada dasarnya, tujuan pokok pada akhlak agar setiap muslim berbudi pekerti, bertingkah laku, berperangai atau beradat-istiadat yang baik sesuai dengan ajaran islam. Kalau diperhatikan ibadah-ibadah inti dalam islam memiliki ujian pembinaan akhlak mulia. Shalat bertujuan mencegah seseorang untuk melakukan perbuatan-perbuatan tercela, zakat di samping bertujuan menyucikan harta juga bertujuan menyucikan diri dengan memupuk kepribadian mulia dengan cara membantu sesama, puasa bertujuan mendidik diri untuk menahan diri dari berbagai syahwat, haji bertujuan diantaranya memunculkan tenggang rasa dan kebersamaan dengan sesama.

Selain itu tujuan akhlak adalah mencapai kebahagiaan hidup umat manusia dalam kehidupannya, baik di dunia maupun di akhirat. Jika seseorang dapat menjaga kualitas mu'amalah ma'allah dan mu'amalah ma'annas, insya allah akan memperoleh ridha-Nya. Orang yang mendapat ridha Allah niscaya akan memperoleh jaminan kebahagiaan hidup, baik duniawi maupun ukhrawi.

Seseorang yang berakhlakul karimah pantang berbohong, sekalipun terhadap diri sendiri dan tidak pernah menipu apalagi menyesatkan orang lain. Orang seperti ini biasanya dapat hidup dengan tenang dan damai, memiliki pergaulan luas dan banyak relasi serta dihargai kawan dan disegani siapapun yang mengenalnya, ketentraman hidup orang berakhlak juga ditopang oleh perasaan optimis menghadapi kehidupan ukhrawi lantaran mu'amalah ma'allah sudah sesuai dengan ketentuan Allah sehingga tidak sedikit pun terbetik perasaan untuk "mampir" di neraka.

Ketentraman dan kebahagiaan hidup seseorang tidak berkolerasi positif dengan kekayaan, kepandaian atau jabatan. Jika seseorang berakhlak al-karimah, terlepas apakah ia seorang yang kaya atau miskin, berpendidikan tinggi atau rendah, memiliki jabatan tinggi, rendah, atau tidak memiliki jabatan sama sekali, insya allah akan dapat memperoleh kebahagiaan. (Khoiriyah, 2017)

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui (Laughey, 2007; MeQuail, 2003). Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata "media", yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya. Koran merupakan representasi dari media cetak, sementara radio yang merupakan media audio dan televisi sebagai media audio-visual merupakan representasi dari media online atau di dalam jaringan.

Terlepas dari cara pandang melihat media dari bentuk dan teknologinya, pengungkapan kata "media" bisa dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri (Meyrowitz, 1999; Moores, 2005; Williams, 2003).

Proses terjadinya komunikasi memerlukan tiga hal, yaitu objek, organ, dan medium. Saat menyaksikan sebuah program di televisi, televisi adalah objek dan mata adalah organ. Perantara antara televisi dan mata adalah gambaran atau visual. Contoh sederhana ini membuktikan bahwa media merupakan wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi.

Beragam kriteria bisa dibuat untuk melihat bagaimana media itu ada yang membuat kriteria media berdasarkan teknologinya, seperti media cetak yang menunjukkan bahwa media tersebut dibuat dengan mesin cetak dan media elektronik yang menghasilkan dari perangkat elektronik. Dari sumber atau organ yang menjelaskan bagaimana cara mendapatkan atau bagaimana kode-kode pesan itu diolah, misalnya media audio-visual yang diakses menggunakan organ pendengaran dan penglihatan. Ada juga yang menuliskannya berdasarkan bagaimana pesan itu disebarkan. Contohnya, media penyiaran (*broadcast*) dimana media merupakan pusat dari produksi pesan, seperti stasiun televisi, dan pesan itu disebarkan serta bisa dinikmati oleh siapa saja memiliki pesawat televisi. Atau berdasarkan teknologi, pola penyebaran, sampai pada bagaimana khalayak mengakses media, seperti media lama (*old media*) dan media baru (*new media*).

Membagi media dalam kriteria-kriteria tertentu akan memudahkan siapa pun untuk melihat media. Hanya pembagian tersebut menempatkan media sekadar alat atau perantara dalam proses distribusi pesan. Padahal, di balik itu semua media memiliki kekuatan yang juga berkontribusi menciptakan makna dan budaya. Kesadaran akan kekuatan media ini pada kenyataannya melihat bahwa media tidak lagi membawa konten semata, tetapi juga membawa konteks di dalamnya. Ungkapan “*the medium is the message*” yang dipopulerkan Meluhan (Meluhan dan Fiore, 2001) setengah abad lalu membawa kesadaran awal bahwa medium adalah pesan yang bisa mengubah pola komunikasi, budaya komunikasi, sampai bahasa dalam komunikasi antarmanusia.

Oleh karena itu, sangat penting kiranya untuk melihat pandangan Meyrowitz (1999) dalam upaya memahami kata “medium” guna memahami bagaimana media beroperasi. Ada tiga ungkapan untuk melihat medium. Pertama, medium sebagai saluran (*medium-as-vessel/conduit*). Seperti sebuah saluran air, pipa merupakan sarana yang membawa air sesuai dengan alur yang disiapkan. Medium adalah saluran yang membawa pesan atau dalam contoh nyata suara adalah konten yang dibawa oleh radio. Ketika orang ingin mendengarkan siaran pertandingan bulu tangkis melalui radio, diperlukan perangkat radio untuk menangkap sinyal dari stasiun radio. Hanya dalam konteks ini, konten harus dimaknai berbagai dengan bagaimana medium ini membawanya. Betul, suara atau audio adalah pesan yang dibawa oleh perangkat radio, namun yang menimbulkan reaksi adalah isi pesan (Meyrowitz, 1995, 1999: 45). Pendengar bisa berteriak, marah, atau menangis bukan karena perangkat radionya, melainkan karena isi siaran radio yang mengabarkan jalannya pertandingan. Artinya, medium bisa beragam dan berbeda, begitu juga dengan konten yang dibawanya. Akan tetapi, secara konten, ekspresi yang muncul pada khalayak bukan karena perangkat, melainkan karena isi pesan.

Kedua, medium adalah bahasa (*medium-as-language*). Medium adalah bahasa itu sendiri. Ini bermakna bahwa media memiliki sesuatu yang unik yang bisa mewakili ekspresi atau mengandung suatu pesan (Meyrowitz, 1999: 46). Pengalaman emosi yang muncul dengan perantara medium bisa jadi sama dan bisa jadi berbeda antara si pembuat pesan dengan penerima pesan. Memang dalam pengantar sebelumnya dikatakan bahwa konten lebih diperhatikan dibandingkan alat yang membawa konten tersebut, tetapi bagaimana konten itu dikreasikan tidak bisa dilepaskan dari pengaruh alat. Sebuah babak cerita dalam sinetron akan terlihat lebih dramatis jika secara audio visual disajikan dengan latar tempat dan latar suara yang mendukung. Sebuah pertandingan sepakbola yang dilaporkan oleh komentator televisi akan lebih mengundang emosi jika melibatkan intonasi dan pilihan kata yang tepat serta pengulangan adegan-adegan, seperti memasukkan bola ke gawang.

Ketiga, medium sebagai lingkungan (*medium-as-environment*). Maksudnya adalah media tidak bisa dipandang pada teks semata, tetapi juga harus dilihat dalam segi konteks itu sendiri. Dalam perspektif ini, Meyrowitz sampai pada pertanyaan, bagaimana pemilihan konten dan gramatikal membuat karakteristik medium menjadi berbeda antara satu dengan medium lainnya, baik secara penampilan, psikologis maupun sosiologis. Perspektif medium sebagai lingkungan ini membuat beberapa kondisi, yakni: Bagaimana bentuk informasi yang bisa atau tidak bisa ditransmisikan oleh medium? Bagaimana kecepatan dan tingkat komunikasinya? Bagaimana medium itu menyalurkan pesan, apakah unidirectional, bidirectional, atau multidirectional? Apakah interaksi komunikasinya simultan (*simultaneous*) atau berurutan (*sequential*)? Bagaimana kebutuhan fisik untuk menggunakan media? Apakah mempelajari serta menggunakan medium untuk menghasilkan (*code*) dan menerima (*decode*) pesan relatif mudah atau sulit? Apakah medium itu digunakan sekaligus atau dalam kondisi tertentu saja?

Oleh karena itu, perspektif terakhir ini bisa dilihat dari level mikro maupun level makro (Meyrowitz, 1999: 49). Level mikro merujuk pada bagaimana pemilihan medium yang dilakukan khalayak dalam melakukan interaksi atau dalam situasi tertentu. Memilih antara Twitter dan Facebook dengan perangkat media yang ada tentu memiliki konsekuensi yang berbeda. Twitter sebagai sebuah media sosial dengan tipe microblogging memberikan batasan jumlah huruf yang bisa diunggah oleh penggunanya. Hal ini berbeda dengan kapasitas yang bisa diunggah di status (*wall*) milik Facebook. Sementara level makro merujuk pada bagaimana medium baru itu memberikan pengaruh pada interaksi dan struktur sosial secara umum.

Tiga perspektif Meyrowitz dalam melihat medium ini memberikan gambaran bahwa medium bisa dilihat dari berbagai macam aspek. Medium tidak hanya bisa dilihat dari persoalan teknis atau teknologi apa yang terkandung di dalamnya, apakah cetak, audio, visual, analog, digital, dan sebagainya. Pada tahap selanjutnya, medium bisa mengandung nilai-nilai yang tidak sekadar menjadi sarana dalam penyampaian pesan, tetapi memberikan pengaruh pada segi sosial, budaya, politik, bahkan ekonomi. Melihat

media tidak hanya sebatas dalam makna (*sense*) perangkat teknologi sebagaimana yang terkandung dalam penyebutan media, tetapi juga dimaknai secara historis, teknologi, sosial, budaya, hingga politik (Downes dan Miller, 1998; Laughey, 2007; Lister, Dovey, Giddings, Kelly, dan Grant, 2003; Williams, 2003; Winston, 1998;). (Nasrullah, 2015, hal. 3-6)

Kata media berasal dari Bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti tengah, perantara atau pengantar. Dalam bahasa Arab, media adalah perantara (وسائل) atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Gerlach dan Ely (1971) mengatakan bahwa media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Dalam pengertian ini, guru, buku teks, dan lingkungan sekolah merupakan media. Secara lebih khusus, pengertian media dalam proses belajar mengajar cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal.

Batasan lain telah pula dikemukakan oleh para ahli yang sebagian di antaranya akan diberikan berikut ini. AECT (*Association of Education and Communication Technology*, 1997) memberi batasan tentang media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi. Di samping sebagai sistem penyampai atau pengantar, media yang sering diganti dengan kata mediator menurut Fleming (1987: 234) adalah penyebab atau alat yang turut campur tangan dalam dua pihak dan mendamaikannya. Dengan istilah mediator media menunjukkan fungsi atau perannya, yaitu mengatur hubungan yang efektif antara dua pihak utama dalam proses belajar siswa dan isi pelajaran. Di samping itu, mediator dapat pula mencerminkan pengertian bahwa setiap sistem pembelajaran yang melakukan peran mediasi, mulai dari guru sampai kepada peralatan paling canggih, dapat disebut media. Ringkasnya, media adalah alat yang menyampaikan atau mengantarkan pesan-pesan pembelajaran.

Heinich, dkk (1982) mengemukakan istilah *medium* sebagai perantara yang mengantar informasi anatar sumber dan penerima. Jadi, televisi, film, foto, radio, rekaman audio, gambar yang diproyeksikan, bahan-bahan cetakan, dan sejenisnya adalah media komunikasi. Sejalan dengan batasan ini, Hamidjojo dalam Latuheru (1993) memberi batasan media sebagai semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan, atau pendapat sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju. (Arsyad, 2011, hal. 3-4)

Kata media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata *medium* yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Metode adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan.

Gagne (1970) menyatakan bahwa media adalah berbagai jenis komponen dalam lingkungan siswa yang dapat merangsangnya untuk belajar. Sementara itu Briggs (1970)

berpendapat bahwa media adalah segala alat fisik yang dapat menyajikan pesan serta merangsang siswa untuk belajar. Buku, film, kaset, film bingkai adalah contoh-contohnya.

Asosiasi Pendidikan Nasional (*National Education Association/NEA*) memiliki pengertian yang berbeda. Media adalah bentuk-bentuk komunikasi baik tercetak maupun audiovisual serta peralatannya. Media hendaknya dapat dimanipulasi, dapat dilihat, didengar dan dibaca. (Dkk d. a., 2010, hal. 6-7)

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Jadi, media berarti perantara atau pengantar pesan dari pengirim atau sumber pesan (*sender/source*) ke penerima pesan (*receiver*). Secara terminologi, istilah media diartikan dengan berbagai versi. Media diartikan sebagai adalah channel (saluran) karena pada hakikatnya media membantu memperluas atau memperpanjang kemampuan manusia untuk merasakan, mendengar dan melihat dalam batas-batas jarak, ruang dan waktu tertentu. Media diartikan perantara yang digunakan untuk membawa/menyampaikan pesan berjalan antara komunikator dengan komunikan. (Hidayat, 2012, hal. 152)

Secara harfiah, media berarti perantara atau pengantar. Sadiman (1993: 6) mengemukakan, bahwa media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Gagne (dalam Sadiman dkk, 1993: 1) menyatakan, bahwa media adalah berbagai jenis komponen dan lingkungannya. Di jelaskan pula oleh Raharjo (1989: 25), bahwa media adalah wadah beri pesan yang oleh sumbernya ingin diteruskan kepada sasaran atau penerima pesan tersebut. (Sutjipto, 2011, hal. 7)

Menurut Heinich, dkk. (1993) media merupakan alat saluran komunikasi. media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata “medium” yang secara harfiah berarti “perantara” yaitu perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Heinich mencontohkan media ini seperti film, televisi, diagram, bahan tercetak (*printed materials*), komputer, dan instruktur. (Dkk d. h., 2008, hal. 3)

a. Definisi Sosial

Kata “sosial” dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Inilah yang menurut Fuchs (2014) ada beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata sosial, misalnya terkait dengan informasi dan kesadaran. Ada pertanyaan dasar, seperti apakah individu itu adalah manusia yang selalu berkarakter sosial atau individu itu baru dikatakan sosial ketika ia secara sadar melakukan interaksi. Bahkan, dalam teori sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek dari masyarakat yang direpresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan.

Isu lainnya terkait dengan komunikasi dan komunitas. Sebagai manusia, individu tidak bisa terlepas dari komunikasi dan komunitasnya. Komunikasi menjadi sarana bagi individu untuk berinteraksi dengan individu lain, sedangkan komunitas merupakan salah satu bentuk relasi sosial yang melibatkan emosi, perasaan, dan bentuk-bentuk lainnya.

Kolaborasi dan kerja sama juga menjadi fokus perhatian ketika membahas definisi sosial dalam media sosial. Secara teori, ketika membahas kata sosial, ada kesepahaman bahwa individu-individu yang ada di dalam komunitas itu tidak hanya berada dalam sebuah lingkungan. Anggota komunitas harus berkolaborasi hingga bekerja sama karena inilah karakter dari sosial itu sendiri (Fuchs, 2014: 5). Karena itu, tidaklah mudah memahami sosial dalam kaitannya dengan media sosial. Untuk mengantisipasi hal tersebut, terlebih dahulu penulis memaparkan kata sosial berdasarkan pendapat sosiolog, seperti Emile Durkheim, Max Weber, Ferdinand Tonnies, maupun Karl Marx.

Menurut Durkheim, sosial merujuk pada kenyataan sosial (*the social as social facts*) bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya media dan semua perangkat lunak (*software*) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkheim, 1982: 59 dalam Fuchs, 2014: 38)

Menurut Weber, kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bisa dilihat dalam kategori aksi sosial (*social action*) dan relasi sosial (*social relations*). Kategori ini mampu membawa penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan aktivitas individual (Weber, 1978: 26 dalam Fuchs, 2014: 39). Namun, diperlukan simbol-simbol yang bermakna diantara individu yang menjadi aktor dalam relasi tersebut.

Menurut Tonnies, sosial merujuk pada kata “komunitas” (*community*). Menurutnya, eksistensi dari komunikasi merujuk pada kesadaran dari anggota komunitas itu bahwa mereka saling memiliki dan afirmasi dari kondisi tersebut adalah kebersamaan yang saling bergantung satu sama lain (dalam Fuchs, 2014: 40). Komunitas itu memiliki kesepakatan akan nilai-nilai dan yang lebih penting adalah keinginan untuk bersama.

Sementara menurut Marx, makna sosial itu merujuk pada saling bekerja sama (*co-operative work*). Dengan melihat fakta bahwa kata sosial bisa dipahami dari bagaimana setiap individu saling bekerja sama, apa pun kondisinya, sebagaimana yang terjadi dalam proses produksi di mana setiap mesin saling bekerja dan memberikan kontribusi terhadap produk. Dalam kajian Marx ini, ada penekanan bahwa sosial berarti terdapatnya karakter kerja sama atau saling mengisi di antara individu dalam rangka membentuk kualitas baru dari masyarakat (Marx, 1867 dalam Fuchs, 2014: 40-42).

b. Definisi Media Sosial

Dua pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat sebuah definisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. Diperlukan pendekatan dari teori-teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan media lainnya di internet sebelum pada kesimpulan apa yang dimaksud dengan media sosial. Juga, termasuk perlunya pembahasan khusus untuk mencari hubungan antara media dan masyarakat (Burton, 2005).

Untuk menjelaskan hal ini, Fuchs mengawalinya dengan perkembangan kata Web 2.0 yang dipopulerkan oleh O'Reilly (2005). Web 2.0 merujuk dari media internet yang

tidak lagi sekadar penghubung antara individu dengan perangkat (teknologi dan jaringan) komputer yang selama ini ada dan terjadi dalam Web 1.0, tetapi telah melibatkan individu untuk memublikasikan secara bersama, saling mengolah dan melengkapi data, web sebagai platform atau program yang bisa dikembangkan, sampai pada pengguna dengan jaringan dan alur yang sangat panjang (*the long tail*).

Berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tonnies, maupun Marx, dapat disimpulkan bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Karakteristik kerja komputer dalam web 1.0 berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain (*human cognition*) yang berada dalam sebuah sistem jaringan, sedangkan web 2.0 berdasarkan bagaimana individu berkomunikasi (*human communication*) dalam jaringan antarindividu. Terakhir, dalam web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat dari bagaimana manusia (*users*) bekerja sama (*human co-operation*) (Fuchs, 2008).

2. Dampak Positif dan Dampak Negatif Media Sosial

Adapun dampak positif media sosial adalah:

- 1) Mempermudah kegiatan belajar, karena dapat digunakan sebagai sarana untuk berdiskusi dengan teman sekolah tentang tugas (mencari informasi).
- 2) Mencari dan menambah teman atau bertemu kembali dengan teman lama. Baik itu teman di sekolah, di lingkungan bermain maupun teman yang bertemu melalui jejaring sosial lain.
- 3) Menghilangkan kepenatan pelajar, itu bisa menjadi obat stress setelah seharian bergelut dengan pelajaran di sekolah. Misalnya meengomentari status orang lain yang terkadang lucu dan menggelitik, bermain game, dan lain sebagainya.

Dan dampak negatif yang ditimbulkan media sosial adalah:

- 1) Berkurangnya, waktu belajar, karena keasyikan menggunakan media sosial dan ini akan mengurangi jatah waktu belajar.
- 2) Mengganggu konsentrasi belajar di sekolah, ketika siswa sudah mulai bosan dengan cara pembelajaran guru, mereka akan mengakses media sosial.
- 3) Merusak moral pelajar, karena sifat remaja yang labil, mereka dapat mengakses atau melihat gambar porno milik orang lain dengan mudah.
- 4) Menghabiskan uang jajan, untuk mengakses internet dan untuk membuka Instagram jelas berpengaruh terhadap kondisi keuangan (telebih kalau akses dari warnet) sama halnya mengakses Instagram dari handphone.
- 5) Mengganggu kesehatan, terlalu banyak menatap layar handphone maupun komputer atau laptop dapat mengganggu kesehatan mata. (Khairuni, 2016)

3. Manfaat dan Kegunaan Media Sosial

Media sosial dapat digunakan untuk berbagai hal, diantaranya adalah sebagai media penyebaran informasi, media interaksi sosial, dan media usaha jual beli. Haryanto menyebutkan dalam karya ilmiah nya bahwa menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan interaksi sosial merupakan langkah efektif karena informasi dapat ditemukan dengan cepat dan interaksinya tidak terbatas hanya untuk individu, namun juga untuk kelompok.

Kemudian untuk pengguna media sosial sebagai media usaha jual beli, Ariesty Ayu Permata menyebutkan bahwa dari hasil penelitiannya, ia menyatakan bahwa

mayoritas pembeli sudah sangat terbiasa berbelanja online melalui Instagram, hal ini dikarenakan Instagram yang mudah diakses. Responden bisa mengakses Instagram kapanpun dan dimanapun hanya dengan koneksi internet. Mereka juga dengan mudah dapat memilih produk apa saja yang mereka inginkan tentunya dengan harga yang bersaing. (Ferlitasari, 2018)

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Bogor dengan jumlah responden 64 siswa dan instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner dengan jumlah pernyataan 60 butir, masing-masing 30 pernyataan variabel X (Media Sosial) dan 30 pernyataan variabel Y (Akhlak siswa). Dari 30 butir pernyataan pada variabel X mayoritas siswa menjawab kadang-kadang dengan frekuensi sebesar (27,76%), sedangkan dari 30 butir pernyataan pada variabel Y mayoritas siswa menjawab selalu dengan frekuensi sebesar (42,77%). Kemudian dilakukan pengujian dengan alat bantu SPSS 22 dan didapat hasil validitas angket bahwa angket dari variabel X (Media Sosial) 26 butir soal valid dan 4 tidak valid, sedangkan pernyataan variabel Y (Akhlak siswa) 30 butir soal valid, lalu dilakukan uji reliabilitas maka didapat hasil variabel X sebesar 0,784 dan variabel Y sebesar 0,921. Hal ini berarti instrument yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data dapat dipercaya atau reliabel sebagai alat pengumpulan data. Berdasarkan uji syarat analisis data telah dilakukan dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa data berasal dari distribusi normal dengan nilai signifikan dari masing-masing variabel yaitu variabel (X) Sign 0,200, dan variabel (Y) Sign 0,200.

Setelah diperoleh hasil dari angket atau kuesioner, maka dapat dilakukan perhitungan dengan menggunakan metode uji regresi linear pada SPSS 22, dan diperoleh hasilnya 0,624. Angka 0,624 berada diantara 0,40-0,70 yang termasuk sedang atau cukup, sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan hubungan penggunaan media sosial dengan akhlak siswa berada pada tingkat hubungan yang sedang atau cukup.

Berdasarkan hasil di atas, menyatakan hubungan media sosial dengan akhlak siswa di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Bogor pada tingkat sedang atau cukup, maka Hipotesis nol (H_0) ditolak, hal ini berarti Hipotesis alternative (H_a) diterima, atau dengan kata lain terdapat hubungan antara media sosial dengan akhlak siswa.

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti akan menyimpulkan hasil yang telah diperoleh dari data tersebut agar hasil penelitian ini dapat diketahui secara langsung, untuk menjawab rumusan masalah yang terdapat pada bab awal, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang signifikan antara media sosial dengan akhlak siswa di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Bogor. Hal ini dapat diketahui berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan rumus korelasi uji regresi linear, dengan jumlah sampel 64 siswa, dari data tersebut didapat hasil r sebesar

0,624 yang terletak di antara 0,40-0,70, maka dapat diketahui bahwa terdapat korelasi positif yang sedang atau cukupan antara variabel X dan variabel Y. Hasil tersebut memberikan penjelasan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, p. h. (2011). *pendidikan agama islam*. jakarta: pt rajagrafindo persada.
- Arsyad, p. d. (2011). *media pembelajaran*. jakarta: pt raja grafindo persada.
- Asmawati, S. (2017). Hubungan antara interaksi sosial dengan tingkat kesadaran beragama . *Hubungan antara interaksi sosial dengan tingkat kesadaran beragama* .
- Dkk, d. a. (2010). *media pendidikan*. jakarta: pt raja grafindo persada.
- Dkk, d. h. (2008). *media pembelajaran sekolah dasar*. bandung: bahan belajar mandiri.
- Emzir, P. D. (2015). *Metodologi penelitian pendidikan kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ferlitasari, r. (2018). pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku keagamaan remaja. *pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku keagamaan remaja*, 10.
- Hidayat, d. h. (2012). *profesi kependidikan*. tanggerang: pt pustaka mandiri.
- Hidayatulloh, f. s. (2011). *pendidikan agama islam*. bogor: ipb press.
- Khairuni, n. (2016). dampak positif dan negatif sosial media terhadap pendidikan akhlak anak. *dampak positif dan negatif sosial media terhadap pendidikan akhlak anak*.
- Khoiriyah, l. (2017). pengaruh media sosial terhadap akhlak mahasiswa. *skripsi latifatulkhoiriyah pengaruh media sosial terhadap akhlak mahasiswa*, 2-3.
- Nasrullah, D. R. (2015). *media sosial*. bandung: pt remaja rosdakarya.
- Nuryadi, T. D. (2017). *dasar-dasar statistik penelitian*. yogyakarta: sibuku media.
- ratih, a. n. (2019). pengaruh penggunaan jejaring sosial instagram dalam pembelajaran terhadap prestasi belajar. *pengaruh penggunaan jejaring sosial instagram dalam pembelajaran terhadap prestasi belajar*.
- Sanusi, d. h. (2012). *akhlak tasawuf*. jakarta: kalam mulia.
- Sari, R. (2017). *Pengantar Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Sarjuni, d. h. (2012). *pengantar studi islam*. jakarta: pt rajagrafindo persada.
- Sauri, p. d. (2012). *pendidikan karakter dalam perspektif islam*. bandung: rizqi press.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian : kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, P. (2012). *Metodologi penelitian pendidikan kompetensi dan praktiknya*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sutjipto, c. k. (2011). *media pembelajaran*. bogor: penerbit ghalia indonesia.
- Umah, S. M. (2018). Hubungan pemanfaatan media sosial dengan prestasi belajar siswa mata pelajaran SKI. *Hubungan pemanfaatan media sosial dengan prestasi belajar siswa mata pelajaran SKI*.