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

Risma Refiani Suryana

Universitas Ibnu Khaldun Bogor

Jl. Soleh Iskandar, RT.01/RW.10, Kedungbadak, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16162

risma.refiani23@gmail.com

# ABSTRAK

Risma Refiani Suryana NPM 161104091192.” Hubungan penggunaan media sosial dengan akhlak siswa kelas IX di MTSN 1 Kota Bogor”. Pendidikan Agama Islam. Fakultas Agama Islam. UIKA Bogor. 2020. Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Hubungan penggunaan media sosial dengan akhlak siswa kelas IX di MTSN 1 Kota Bogor.

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dan jenis penelitian ini merupakan korelasional di MTSN 1 Kota Bogor. Populasi bejumlah 318 siswa dikelas IX. Dan penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan pengertian dari Suharsimi Arikunto sehingga dari 318 populasi menjadi 64 orang siswa. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner (angket), teknik pengolahan data dan analisis data yang digunakan yaitu analisis linear, uji normalitas dan uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi regresi, analisis data menggunakan analisis statistic *pearson Correlation*.

Dari hasil uji prasyarat analisis uji normalitas baik media sosial maupun akhlak siswa berada pada kategori normal yaitu nilai sig > 0,05. Dan analisis uji linearitas kedua variabel semuanya linear. Adapun hasil dari uji hipotesisnya yaitu media sosial mempuyai hubungan secara signifikan dengan akhlak yaitu dengan nilai koefisisen korelasi yang diperoleh antara variable sebesar 0,624. Nilai koefisien determinasi diperoleh nilai 0,390. Nilai ini mengandung arti bahwa hubungan media sosial dengan akhlak siswa kelas IX sebesar 39,0%.

**Kata Kunci**: Media Sosial, Akhlak, dan kelas IX.

**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.

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

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

Bagi masyarakat muslim, dalam kehidupan berakhlak 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 akhlak.

Firman Allah SWT dalam surah Al-Ahzab : 21

لقد كان لكم فى رسول الله اسوة حسنة لمن كان يرجوا الله واليوم الأخر وذكرالله كثير

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. Pertubuhan 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, Youtobe, 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 menggangu jam pelajaran, jika siswa mengakses instagram saat jam pelajaran. Itu dapat mengurangi daya konsentrasi siswa sehingga prestasi mereka dapat turun.

## Identifikasi 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.

## Pembatasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Pembatasan Masalah
2. Penggunaan media sosial instagram, whatsapp dan youtube
3. Akhlak siswa
4. Rumusan Masalah
5. Bagaimana penggunaan media sosial siswa kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020?
6. Apakah dampak negatif dengan menggunakan media sosial bagi siswa kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020?
7. Apakah dampak positif dengan menggunakan media sosial bagi siswa kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020?
8. Bagaimana akhlak siswa kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020?
9. Faktor apa yang dapat mempengaruhi akhlak siswa kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020?
10. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan akhlak siswa kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020?

## Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penggunaan media sosial siswa kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020.
2. Untuk mengetahui dampak negatif dengan menggunakan media sosial bagi siswa kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020.
3. Untuk mengetahui dampak positif dengan menggunakan media sosial bagi siswa Kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020.
4. Untuk mengetahui akhlak siswa kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020.
5. Untuk mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi akhlak siswa kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020.
6. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan akhlak siswa kelas VIII di MTSN 1 Kota Bogor Tahun Ajaran 2019/2020.

## Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh media sosial terhadap akhlak.

1. Secara praktis penelitian ini bermanfaat sebagai sumber solusi dalam menangani pengaruh media sosial bagi siswa.

## Penelusuran Hasil Penelitian yang Relevan

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dapat disajikan sebagai pertimbangan dalam penelitian ini. Hasil analisis penelitian terdahulu diantaranya dapat disimpulkan sebagai berikut :

Tabel I.1

Hasil Penelitian yang Relevan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Nama peneliti | Judul penelitian | Hasil penelitian |
| 1. | Sri Hastuti tahun 2011. | Hubungan Pemanfataan Situs Jenjang Sosial Facebook dengan Penguasaan Mata Pelajaran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada siswa SMP Negeri di Kotamadya Yogyakarta. | Ada hubungan yang positif pemanfataan situs jenjang facebook dengan penguasaan mata pelajaran teknologi dan komunikasi (TIK). |
| 2. | Nisa Khairuni (2016). | Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Sosial Terhadap Akhlak Anak (Studi Kasus di SMPN 2 Kelas VIII Banda Aceh). | Dengan fokus terhadap 3 media sosial yaitu, facebook, twitter dan instagram. Objek kajiannya adalah anak-anak serta fokus penelitian ini adalah dampak positif dan negatif dari media sosial tersebut. |
| 3. | Fera Puspita Affandi (2011). | Pengaruh Intensitas Pemakaian Facebook terhadap Perkembangan Sosial Remaja di SMP Taruna Dra. Zuleha. | Dengan fokus kesatu media sosial yaitu Facebook dan fokus penelitian ini adalah perkembangan sosial remaja. |
| 4. | Nidya Zahra Hayumi (2014). | Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri. | Fokus penelitian adalah perilaku remaja, namun hanya fokus terhadap satu perilaku yaitu eksistensi diri. |
| 5. | Reni Ferlitasari. | Pengaruh Media Sosial Instagram memberikan pengaruh kepada remaja rohis di SMA perintis 1 Bandar Lampung lewat penggunaan fitur-fitur yang disajikan. | Hal itu ditunjukkan dengan uji deteminasi atau R2 sebesar 11,9% berarti perilaku keagamaan remaja dapat dijelaskan oleh penggunaan konten atau fitur dari media sosial instagram. |

Dari berbagai penelitian di atas, tentunya memiliki perbedaan. Perbedaan dengan penelitian yang pertama, kedua, ketiga, keempat dan kelima. Tentu sangat berbeda dengan penulis yaitu fokus terhadap hubungan penggunaan media sosial instagram, youtube dan whatsapp dengan akhlak siswa.

## Definisi Istilah

1. Media Sosial Instagram WhatsApp dan YouTube

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menggunakan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. (Nasrullah, 2015) Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. (Ferlitasari, 2018) WhatsApp adalah aplikasi online chat yang kompatibel dengan beberapa jenis handphone, antara lain Iphone, Android, Blackberry, dan merk handphone lainnya. (Umah, 2018) YouTube adalah sebuah portal website yang menyediakan video sharing. (Umah, 2018)

1. Akhlak Siswa

Akhlak siswa adalah akhlak seseorang yang tertanam pada dirinya, baik akhlak mahmudah maupun akhlak madzmumah, akhlak yang baik dan akhlak yang buruk. 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). (Sarjuni, 2012)

## Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab. Setiap bab terdiri dari beberapa sub bab.

BAB I, merupakan pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II, menyajikan tentang landasan teori yang berisi tentang 3 hal, yaitu teori-teori tentang media sosial, instagram, akhlak siswa, dan hubungan media sosial instagram terhadap akhlak siswa, lalu diikuti oleh kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III, berisi tentang metode penelitian yang berisi tentang pendekatan dan metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data, dan hipotesis statistik.

BAB IV, menyajikan tentang hasil penelitian yang berisi tentang deskripsi data, uji persyaratan analisis (uji normalitas dan uji homogenitas), hasil uji hipotesis dan pembahasan.

BAB V, menggambarkan penutup yang terdiri dari poin-poin kesimpulan dan saran.

# METODE PENELITIAN

## Pendekatan dan 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 filasafat 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.

## Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di kelas VIII MTSN 1 Kota Bogor yang beralamat di Jl. Achmad Sobana No.3, RT.01/RW.15, Tegal Gundil, Kec. Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat 16152.

Alasan dipilihnya tempat penelitian di MTSN 1 Kota Bogor, yaitu:

1. MTSN 1 Kota Bogor merupakan salah satu sekolah yang terkenal di Kota Bogor yang banyak diminati oleh para siswa.
2. Kepala sekolah beserta guru menerima kegiatan penelitian yang dilaksanakan di sekolah tersebut.
3. Siswa-siswi yang ada di sekolah tersebut dapat diajak bekerjasama dalam pelaksanaan penelitian.
4. Waktu Penelitian

Adapun waktu proses pengambilan data ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2020, tahun ajaran 2019/2020.

## Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2016, hal. 80). Populasi adalah elemen penelitian yang hidup dan tinggal bersama-sama dan secara teoritis menjadi target hasil penelitian. (Sukardi, 2012, hal. 53). Sesuai dengan pernyataan diatas, maka peneliti menyatakan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa/siswi Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Kota Bogor dengan berjumlah 928 yang berasal dari 29 kelas.

Tabel II.1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Kelas | Jumlah | Rombongan belajar |
| 1. | VII | 320 | 10 kelas |
| 2. | VIII | 320 | 10 kelas |
| 3. | IX | 320 | 10 kelas |
| Jumlah | | 960 | 30 kelas |

Populasi Penelitian

Tabel II.2

Populasi Terpilih

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Kelas | Laki-laki | Perempuan | Jumlah |
| 1. | IX A | 13 | 18 | 31 |
| 2. | IX B | 13 | 18 | 31 |
| 3. | IX C | 14 | 18 | 32 |
| 4. | IX D | 14 | 18 | 32 |
| 5. | IX E | 14 | 18 | 32 |
| 6. | IX F | 14 | 18 | 32 |
| 7. | IX G | 14 | 18 | 32 |
| 8. | IX H | 14 | 18 | 32 |
| 9. | IX I | 14 | 18 | 32 |
| 10. | IX J | 14 | 18 | 32 |
| Total | 10 | 138 | 180 | 318 |

1. Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto, bahwa apabila subyeknya kurang dari 1001 lebih baik diambil semua dan apabila subyeknya lebih dari 100 dapat diambil 10%-15% atau 20%-25%. (Asmawati, 2017)

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). (Sugiyono, 2016, hal. 81). Seringkali terjadi bahwa peneliti tidak dapat melakukan studi terhadap semua anggota, kelompok menjadi interes penelitian. Dan mereka hanya mampu mengambil sebagian dari jumlah populasi yang ada. Sebagian dari jumlah populasi yang ada tersebut diambil datanya. Data yang terkumpul tersebut kemudian dianalisis. Hasil akhir penelitian yang didapatkan, kemudian digunakan untuk mereflesikan keadaan populasi yang ada. (Sukardi, 2012, hal. 54)

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Menurut Ali yang dikutip oleh Tukiran Taniredja menyebutkan bahwa sampel penelitian adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti yang dianggap mewakili terhadap seluruh populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu. Penentuan sampel dari suatu populasi disebut penarikan sampel atau sampling. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Teknik pengambilan sampel (teknik sampling) dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik probability sampling. Teknik probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan menggunakan teknik random sampling. Teknik ini disebut juga acak, serampangan, tidak pandang bulu/tidak pilih kasih, objektif, sehingga seluruh elemen populasi mempunyai kesempatan untuk menjadi sampel penelitian. (Umah, 2018). Karena subjeknya lebih dari 100 siswa yaitu berjumlah 318 siswa, maka diambil 20% dari 318, sehingga sampel yang diambil sebanyak 64 siswa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel II.3

Sampel Penelitian

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Kelas | Jumlah Populasi | Sampel 20% |
| 1. | IX A | 31 | 6,2 = 6 |
| 2. | IX B | 31 | 6,2 = 6 |
| 3. | IX C | 32 | 6,4 = 7 |
| 4. | IX D | 32 | 6,4 = 7 |
| 5. | IX E | 32 | 6,4 = 7 |
| 6. | IX F | 32 | 6,4 = 7 |
| 7. | IX G | 32 | 6,4 = 6 |
| 8. | IX H | 32 | 6,4 = 6 |
| 9. | IX I | 32 | 6,4 = 6 |
| 10. | IX J | 32 | 6,4 = 6 |
| Jumlah | | 318 | 64 |

## Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner (angket) yang digunakan adalah skala likert dengan alternatif selalu = 5, sering = 4, kadang-kadang = 3, jarang = 2, tidak pernah = 1. Kuesioner digunakan untuk mengukur variabel X yaitu hubungan penggunaan media sosial dan variabel Y yaitu akhlak siswa.

## Instrumen Penelitian

### Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi bertujuan untuk menunjukkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data atau teori yang diambil.

Tabel II.4

Kisi-kisi Instrumen Penggunaan Media Sosial (X)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Sub Variabel | Indikator | Nomor item | Jumlah |
| 1. | Manfaat dalam menggunakan media sosial | 1. Untuk menemukan berbagai macam informasi dari berita | 1, 11 | 2 |
| 1. Hiburan dan   Promosi produk | 4, 5, 10, 15 | 4 |
| 1. Sarana belajar | 2, 3, 7, 12, 13, 14, | 6 |
| 1. Mengingat kembali memori dan sejarah masa lalu | 6, 9 | 2 |
| 1. Dapat membuat video sendiri dengan tutorial | 8 | 1 |
| 1. Menghasilkan uang |  |  |
| 2. | Dampak posistif dan dampak negatif menggunakan media sosial | Dampak positif:   1. Mempermudah kegiatan belajar | 16, 17, 20 | 3 |
| 1. Mencari dan menambah teman atau bertemu kembali dengan teman lama | 18 | 1 |
| 1. Menghilangkan kepenatan pelajar | 19 | 1 |
| Dampak negatif:   1. Berkurangnya waktu belajar | 21, 26 | 2 |
| 1. Mengganggu konsentrasi belajar disekolah | 24 | 1 |
| 1. Merusak moral pelajar | 22, 28, 30 | 3 |
| 1. Menghabiskan uang jajan | 27 | 1 |
| 1. Mengganggu kesehatan | 23, 25, 29 | 3 |
| Jumlah | | | | 30 |

Tabel II.5

Kisi-kisi Instrumen Akhlak Siswa (Y)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Sub Variabel | Indikator | Nomor item | Jumlah |
| 1. | Macam-macam akhlak | Akhlak mahmudah:   1. Ikhlas | 1, 4, 5, 10 | 4 |
| 1. Tawakal | 9 | 1 |
| 1. Syukur | 7 | 1 |
| 1. Amanah | 2,6,8 | 3 |
| 1. Sabar | 3, 29 | 2 |
| Akhlak madzmumah:   1. Dusta | 11 | 1 |
| 1. Zalim | 12, 15, 16, 17, 18, 19, 20 | 7 |
| 1. Takabur | 13 | 1 |
| 1. Putus asa | 14 | 1 |
| 2. | Manfaat akhlak | 1. Dapat menikmati ketenangan hidup | 21, 24, 25, 26, 27, 28, 30 | 7 |
| 1. Tidak mudah tergantung oleh perubahan situasi | 23 | 1 |
| 1. Dapat menikmati hidup dalam segala keadaan | 22 | 1 |
| Jumlah | | | | 30 |

### Uji Validitas Reliabilitas dan Normalitas

1. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan keabsahan dari instrumen yang akan dipakai pada penelitian.

Validitas adalah suatu ukuran yang dihasilkan dari data lapangan dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Dan menunjukkan kevalidan atau keabsahan dari suatu instrumen. (Ferlitasari, 2018, hal. 73)

Instrumen dikatakan valid jika dapat digunakan untuk mengukur dan menghasilkan ukuran yang sesuai dengan maksud dalam penelitian ini. Uji validitas digunakan untuk mengetahui khalayak dari berbagai instrumen, kemudian mencari dan membuktikan variabel sesuai dengan maksud dalam penelitian ini. Adapun dalam penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan komputer memalui program SPSS (*Statistical Package for Social Sciencer*) 22 menggunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut:

Keterangan :

R*xy* = Nilai kolerasi *Product Moment*

N = Jumlah sampel

∑XY = Jumlah perkalian antara skor X dan Y

∑X = Jumlah nilai X

∑Y = Jumlah nilai Y

∑X2 = Jumlah dari kuadrat X

∑Y2 = Jumlah dari kuadrat Y

Berdasarkan pengujian validitas instrument, dapat diperoleh data sebagai berikut:

Tabel II.6

Hasil Uji Validitas (X)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Instrument Penelitian | NO | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
| Media Sosial | 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  11  12  13  14  15  16  17  18  19  20  21  22  23  24  25  26  27  28  29  30 | 0,534  0,343  0,312  0,513  0,383  0,283  0,367  0,283  0,379  0,423  0,358  0,464  0,238  0,334  0,173  0,259  0,475  0,393  0,333  0,373  0,444  0,408  0,571  0,249  0,489  0,347  0,507  0,292  0,344  0,214 | 0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254 | Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Tidak Valid  Valid  Tidak Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Tidak Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Tidak Valid |

Berdasarkan hasil pengujian tabel III.6 di atas untuk variabel Media Sosial(X) menunjukan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dinyatakan valid. Hasil uji coba untuk instrument Media Sosial diperoleh 26 butir valid dan 4 butir tidak valid. Adapun 4 butir angket Media Sosial yang tidak valid yaitu butir nomer 13,15,24 dan 30.

Tabel II.7

Hasil Uji Validitas (Y)

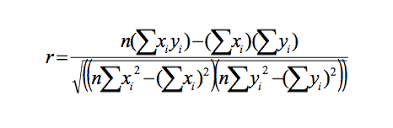
|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Instrument Penelitian | NO | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
| Akhlak Siswa | 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  11  12  13  14  15  16  17  18  19  20  21  22  23  24  25  26  27  28  29  30 | 0,676  0,469  0,435  0,492  0,582  0,451  0,573  0,455  0,597  0,702  0,452  0,504  0,527  0,617  0,618  0,528  0,542  0,714  0,748  0,458  0,628  0,668  0,551  0,540  0,309  0,741  0,560  0,691  0,551  0,546 | 0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254  0,254 | Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid |

Berdasarkan hasil pengujian tabel III.7 di atas untuk variabel Akhlak Siswa(Y) menunjukan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dinyatakan valid. Hasil uji coba untuk instrument Akhlak Siswa diperoleh 30 butir valid.

1. Reliabilitas

Reliabilitas adalah kestabilan skor yang diperoleh orang yang sama ketika diuji ulang dengan tes yang sama pada situasi yang berbeda atau dari satu pengukuran ke pengukuran lainnya. Jadi reabilitas dapat dinyatakan sebagai kemantapan hasil dari hasil dua pengukuran terhadap hal yang sama. Hasil pengukuran itu diharapkan akan sama apabila pengukuran itu diulangi. (Sari, 2017, hal. 88)

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:



Rtt  =Reabilitas instrument

K = Butir soal yang valid

∑ *S*i2 = Jumlah varians butir

*S*t2 = Varians total

Reliabilitas menggunakan program SPSS 22 for windows sehingga menghasilkan reliabilitas dari hasil uji coba sebagai berikut:

Tabel II.8

Hasil Uji Reliabilitas (Media Sosial)

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .784 | 30 |

Berdasarkan tabel III.8 di atas dapat dilihat bahwa hasil pengujian reliabilitas menunjukan angka *Cronbach's Alpha* berjumlah 0,784, dinyatakan reliable dengan *Cronbach's Alpha* besar dari batas reliable, maka angka 0,784 > 0,60 (batas reliable) sehingga dinyatakan bahwa instrumen tersebut reliable.

Tabel II.9

Hasil Uji Reliabilitas (Akhlak Siswa)

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .921 | 30 |

Berdasarkan tabel III.9 di atas dapat dilihat bahwa hasil pengujian reliabilitas menunjukan angka *Cronbach's Alpha* berjumlah 0,921, dinyatakan reliable dengan *Cronbach's Alpha* besar dari batas reliable, maka angka 0,921 > 0,60 (batas reliable) sehingga dinyatakan bahwa instrumen tersebut reliable.

1. Normalitas

Normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal (Nuryadi, 2017).

## Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. Misalnya akan menguji hipotesis hubungan antar dua variabel, bila datanya interval atau ratio digunakan Korelasi Pearson Product Moment. (Sugiyono, 2016, hal. 243)

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik Korelasi Product Moment, dengan bantuan SPSS. Alasan menggunakan Korelasi Product Moment karena dalam penelitian ini memerlukan hasil dari korelasi antara media sosial Instagram dengan akhlak siswa.

Dalam memberikan interpretasi secara sederhana terhadap Angka Indeks Korelasi “r” Product Moment (xy), pada umumnya dipergunakan pedoman sebagai berikut:

Tabel II.10

Angka Indeks Korelasi “r” product moment

|  |  |
| --- | --- |
| Besarnya “r” Product Moment (rxy) | Interpretasi |
| 0,00-0,20 | Antara Variabel X dan Variabel Y memang terdapat korelasi, akan tetapi korelasi itu sangat lemah atau sangat rendah sehingga korelasi itu diabaikan (dianggap tidak ada korelasi antara Variabel X dan Variabel Y). |
| 0,20-0,40 | Antara Variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang lemah atau rendah. |
| 0,40-0,70 | Antara Variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang sedang atau cukupan. |
| 0,70-0,90 | Antara Variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang kuat atau tinggi. |
| 0,90-1,00 | Antara Variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang sangat kuat atau sangat tinggi. |

# KAJIAN TEORI

## Akhlak

### 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 teminologis, 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 Nipan Abdul Halim (2000:10) mengungkapkan bhawa 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 sayyiat (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 khalaqa yang kata asalnya khuluqun yang berarti perangai, tabi’at, adat atau khalqun yang berarti kejadian, buatan ciptaan. Jadi secara etimologi akhlak itu berarti peragai, 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 prilaku 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-lainya 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.

### 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)

1. Akhlak Mahmudah

Akhlak mahmudah terdiri dari dua kata yakni akhlak dan mahmudah, pengertian akhlak pada intinya adalah daya jiwa yang dapat membangkitkan prilaku, 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 اليل فتهجد 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.

Di bawah ini adalah penjelasan singkat mengenai sebagian akhlak mahmudah yang telah disebutkan di atas.

1. Ikhlas

Menurut bahasa, ikhlas berarti membersihkan atau memurnikan. Menurut istilah, yang dimaksud dengan ikhlas adalah beramal semata-mata mengharap ridha Allah Swt.

1. Tawakal

Tawakal artinya berpasrah diri kepada Allah setelah melakukan upaya-upaya atau berikhtiar terlebih dahulu. Orang yang bertawakal kepada Allah adalah orang yang bekerja keras untuk menggapai apa yang diinginkannya dengan melakukan iktiar yang benar dan optimal serta mengikuti prosedur yang wajar, tetapi ia tetap meyakini bahwa keberhasilan usahanya ditentukan oleh Allah Swt.

1. Syukur

Syukur ialah merasa senang dan berterima kasih atas nikmat yang Allah berikan. Hal ini tercermin dalam aktivitas atau amal orang yang memperoleh nikmat itu dalam beribadah kepada Allah. Imannya bertambah teguh dan lidahnya semakin banyak berzikir kepada Allah Swt. Syukur itu tidak hanya cukup dengan memuji-muji Tuhan dengan memperbanyak ucapan “alhamdulilah” saja, melainkan harus sejalan dan seirama dengan pengakuan di dalam hati, diiringi pula dengan perbuatan-perbuatan nyata mentaati Allah dengan melaksanakan perintah=perintah Nya, menjauhi larangan-larangan Nya, dan menggunakan nikmat yang Allah berikan itu sesuai dengan ajaran Allah dan Rasul-Nya.

1. Amanah (jujur/dapat dipercaya)

Dalam kehidupan sehari-hari, karakteristik orang jujur sering digambarkan sebagai orang yang tidak suka berbohong, bisa dipercaya, bertanggung jawab, dan gaya hidupnya lurus. Orang yang berakhlak amanah adalah orang selalu memelihara hak-hak Allah dan hak-hak manusia yang ada pada dirinya. Dengan begitu, dia tidak akan menyia-nyiakan atau berkhianat terhadap tugas yang diembannya, baik tugas ibadah maupun tugas muamalah.

1. Sabar

Yang dimaksud dengan sabar menurut pengertian agama islam adalah tahan menderita pada sesuatu yang tidak disenangi, dengan disertai sikap ridha, ikhlas, dan berserah diri kepada Allah. Secara umum dapat dikatakan bahwa sabar adalah kemampuan atau daya tahan manusia menguasai sifat destruktif yang terdapat dalam diri setiap orang, yaitu hawa nafsu. Dengan demikian sabar mengandung unsur perjuangan, pergulatan, pengeluaran segala daya upaya untuk tidak menyerah begitu saja. (Sarjuni, 2012, hal. 224-226)

1. Akhlak Madzmumah

Akhlak madzmumah adalah kebalikan dari akhlak mahmudah, yaitu tingkah laku tercela atau akhlak jahat, dalam arti segala sesuatu yang membinasakan atau mencelakakan. Atau akhlak madzmumah diartikan sebagai perangai atau tingkah laku pada tutur kata yang tercermin pada diri manusia cenderung melekat dalam bentuk yang tidak menyenangkan orang lain. Ada juga mengartikan akhlak madzmumah sebagai tingkah laku kejahatan, kriminal dan perampasan hak, yang dilarang oleh agama, norma-norma yang berlaku dalam kehidupan masyarakat. (Sanusi, 2012, hal. 58)

Dan akhlak madzmumah adalah segala macam sikap dan tingkah laku yang buruk (tercela). Sedangkan sifat-sifat yang termasuk dalam kategori akhlak mazmumah diantaranya adalah ananiyah (egoisme), bukhl (kikir), kizb (dusta), khianah (berkhianat), zulm (zalim/berbuat aniaya), jubn (pengecut), gadab (pemarah), ghisysy (curang/culas), hasad (dengki), takabbur (sombong), kufr (ingkar terhadap nikmat Allah), riya’ (ingin dipuji), tabdzir (boros), ‘ajalah (ceroboh/tergesa-gesa), israf (berlebih-lebihan), hiqd (dendam), kasal (malas), dan lain sebagainya.

Di bawah ini adalah penjelasan singkat mengenai sebagian akhlak madzmumah yang telah disebutkan di atas.

1. Dusta

Dusta atau bohong adalah pernyataan tentang sesuatu hal yang tidak sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Dusta ini tidak hanya berkaitan dengan perkataan saja, tetapi juga dengan perbuatan.

Bila sifat dusta sudah meraja lela dalam kehidupan suatu masyarakat, maka bisa dipastikan kondisi masyarakat itu akan kacau dan tinggal menunggu kehancurannya, karena dusta adalah pangkal segala perbuatan dosa.

1. Zalim

Zalim berarti berbuat aniaya, tidak adil dalam memutuskan perkara, berat sebelah dalam tindakan, atau mengambil hak orang lain. Ada beberapa faktor yang mendorong orang untuk berbuat zalim. Pertama, perasaan cinta dan benci. Cinta terhadap seseorang biasanya mendorong untuk mengutamakan orang yang dicintai tersebut, sehingga berlaku berat sebelah kepadanya. Demikian pula perasaan benci terhadap seseorang akan memunculkan sikap tidak adil dan tidak memberikan hak orang tersebut sebagaimana mestinya. Kedua, kepentingan diri sendiri. Mengutamakan kepentingan diri sendiri akan membuat orang bersifat egois dan individualistis, sehingga dia akan tega berbuat aniaya terhadap orang lain, misalnya dengan menyerobot hak-hak orang tersebut.

1. Takabur

Takabur berarti merasa dan mengaku dirinya lebih (mulia, pandai, cakap, dan lain sebagainya) dari orang lain. Pendek kata, takabur meruapakan perasaan bahwa dirinya serba hebat, atau dengan kata lain sombong. Sifat ini akan memunculkan anggapan bahwa orang lain lebih rendah dari dirinya, dan tidak peduli apakah anggapan itu berdasarkan kenyataan atau tidak. Hal ini tentu berbahaya dan justru akan merugikan diri sendiri. Orang yang memiliki sifat ini akan terlihat dalam sikap, tindak tanduk, dan penampilannya yang tidak menyenangkan orang lain. Sifat takabur ini sangat tercela di sisi Tuhan dan di sisi manusia.

1. Putus asa

Sebagai kebalikan dari sabar adalah putus asa, yaitu ketidakmampuan seseorang menanggung derita atas musibah atau kesedihan. Dari putus asa ini akan muncul tindakan-tindakan negatif dan destruktif, baik bagi dirinya maupun orang lain. Putus asa merupakan ciri kelemahan mental.

1. Pengecut

Sifat ini selalu membuat orang ragu-ragu sebelum memulai suatu langkah, maka ia akan menyerah sebelum berjuang. Sifat pengecut dipandang sebagai sifat yang tercela karena akan membawa manusia pada kerendahan dan kemunduran.

Perasaan takut pada dasarnya memang ada pada setiap manusia normal. Takut yang wajar akan membuat orang berhati-hati dalam melakukan suatu tindakan. Akan tetapi, takut yang berlebihan tanpa alasan bersumber pada sifat pengecut yang menyebabkan orang bersikap pasif, seperti tidak mau berdagang karena takut rugi, tidak mau berjuang di jalan Allah karena takut menderita, dan lain sebagainya. (Sarjuni, 2012, hal. 226-228)

### 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)

### Manfaat Akhlak

Diantara manfaat hidup berakhlak bagi individu yang berakhlak adalah :

1. Dapat menikmati ketenangan hidup.
2. Tidak mudah tergantung oleh perubahan situasi.
3. Tidak mudah tertipu oleh fatamorgana kehidupan.
4. Dapat menikmati hidup dalam segala keadaan. (Khoiriyah, 2017)

Dengan demikian, tujuan akhlak dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umumnya adalah membentuk kepribadian seorang muslim yang memiliki akhlak mulia, baik secara lahiriah dan batiniah. Manfaat memiliki akhlak yang mulia akan membuat hati tenang dan dapat menikmati hidup dalam berbagai keadaan.

## Media Sosial

### Pengertian Media Sosial

1. Definisi Media

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 bagaiamana 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 kreteria-kreteria 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 nyatanya 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*). Medim 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 prespektif ini, Meyrowitz sampai pada pertanyaan, bagiamana 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, prespektif 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 (*wail*) milik Facebook. Sementara level makro merujuk pada bagaimana medium baru itu memberikan pengaruh pada interkasi 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, photografis, 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)

1. 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 bagaiaman 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).

1. 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 sebagaimana 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).

Untuk memahami bagaimana bersosial itu terjadi dan terkait dengan teori sosial serta makna sosial di internet, bisa disimak di tabel berikut ini:

Tabel II.1

Tabel Aplikasi Teori Sosial di Internet

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pendekatan | Teori sosial | Makna sosial di internet |
| 1. Teori struktural | Emile Durkheim:  Fakta-fakta sosial merupakan sesuatu yang tetap dan struktur sosial yang objektif dari kondisi kebiasaan-kebiasaan sosial yang konstan. | Semua komputer, program maupun perangkat merupakan sosial karena komputer adalah struktur yang merealisasikan ketertarikan individu, kesepahaman, tujuan, dan minat yang semuanya itu merupakan fungsi-fungsi dari masyarakat (*society*) dan akibat dari perilaku sosial. |
| 1. Teori aksi sosial | Max Weber:  Perilaku sosial merupakan timbal-balik dari interaksi simbolik. | Platform dalam www yang memungkinkan komunikasi terjadi dalam ruang-waktu yang berbeda termasuk dalam sosial. |
| 1. Teori kerja sama sosial | Ferdinad Tonnies:  Komunitas merupakan sistem sosial yang berdasarkan kesamaan rasa (kepemilikan), saling membutuhkan, dan terdapat nilai-nilai.  Karl Marx:  Makna sosial adalah kerja sama di antara berbagai individu untuk menghasilkan barang secara kolektif dan karenanya harus dimiliki secara kooperatif. | Makna sosial adalah di mana platform web memungkinkan orang untuk membentuk jaringan sosial (*social networking*), membawa individu pada kebersamaan serta memediasi perasaan kebersamaan secara virtual.  Makna sosial adalah platform web memungkinkan produksi yang kolaboratif dari individu melalui pengetahuan-pengetahuan digital. |
| 1. Dialektika struktur dan agensi | Emile Durkheim:  Kognisi (pengenalan, kesepahaman) terhadap sosial berdasarkan kondisi eksternal sebagai fakta-fakta sosial.  Max Weber:  Aksi komunikatif  Ferdinand Tonnies dan Karl Max:  Komunitas yang saling membangun dan berkolaborasi dalam produksi merupakan bentuk dari kerja sama. | Web 1.0  Sebagai sistem dari pengenalan individu  Web 2.0  Sebagai sistem dari komunikasi individu  Web 3.0  Sebagai sistem dari kerja sama antarindividu |

Diadaptasi dari Fuchs, C. 2014. Social Media a Critical Introduction. Los Angeles: SAGE Publications, Ltd. Hal. 45.

Dengan demikian, bisa dijelakan bahwa keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi, dan kerja sama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem di antara individu atau masyarakat. Bentuk-bentuk itu merupakan lapisan dimana lapisan pertama menjadi dasar untuk terbentuknya lapisan lain, pengenalan pada dasarnya merupakan dasar untuk berkomunikasi dan komunikasi merupakan dasar untuk melakukan kerja sama. Di dalam web atau jaringan komputer (internet) ada sebuah sistem hubungan antarpengguna yang bekerja berdasarkan teknologi komputer yang saling terhubung. Juga, keterhubungan antarpengguna itu sekaligus membentuk semacam jaringan layaknya masyarakat di dunia offline lengkap dengan tatanan, nilai, struktur, sampai pada realitas sosial, konsep ini bisa dipahami sebagai *techno-social system* (Fuchs, 2014: 44). *Techno-social system* adalah sebuah sistem sosial yang terjadi dan berkembang dengan perantara sekaligus keterlibatan perangkat teknologi.

Di dalam web atau jaringan komputer, struktur yang ada bukanlah sebagaimana struktur yang tumbuh di tengah masyarakat. Kondisinya bisa jadi tidak ada lapisan kelas-kelas sebagaimana dalam teori Marx. Bisa jadi dalam sebuah jaringan struktur terbentuk karena keinginan dan kebutuhan yang sama, atau bahkan ketidaksengajaan sebagaimana dijelaskan oleh Tonnies ketika membedakan antara masyarakat (*gesellschaft*) dan komunitas (*gemeinschaft*).

Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian (lihat Fuchs, 2014: 35-36):

Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*).

Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.

Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menggunakan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagai di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari berbagai definisi atau pernyataan tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah “medium” di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual”. (Nasrullah, 2015, hal. 6-11)

Jadi inti dari media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jenjang sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Dan situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman yang mereka kenal di dunia nyata dan di dunia maya.

### Karakteristik Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu platform yang muncul di media siber. Karena itu, melihat media sosial yang ada tidak jauh berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh media siber. Bahkan, Gane dan Beer (2008) secara khusus memberikan konsep-konsep kunci untuk memahami media siber. Untuk lebih jelas apa itu media siber (*cybermedia*) dan bagaimana karakteristiknya, bisa diperdalam melalui buku penulis yang berjudul Teori dan Riset Media Siber (Prenada, 2014).

Meski karakteristik media siber bisa dilihat melalui media sosial, media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Bukan berarti tidak ada karakter umum atau makro, hanya pembahasan karakteristik media sosial ini dipandang perlu untuk melihat pembedaan dengan media lainnya (Castells, 2004; Talalay et al., 1997; Thurlow, Lengel dan Tomic, 2004). Pada akhirnya, bagaimana untuk bidang seperti jurnalisme, hubungan masyarakat, pemasaran politik.

Adapun karakteristik media sosial, yaitu :

Jaringan (*network*), Informasi (*information*), Arsip (*archive*), Interaksi (*interactivity*), Simulasi sosial (*social simulation*), Konten oleh pengguna (*user-generated content*).

1. Jaringan (*Network*) Antarpengguna

Kata “jaringan” (*network*) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antarkomputer terhubung, termasuk didalamnya perpindahan data (Castells, 2002; Gane dan Beer, 2008). Akan tetapi, kata ini berkembang dari sekadar istilah yang digunakan dalam teknologi komputer menjadi istilah yang akrab digunakan dalam kajian budaya maupun sosial. Joost van Loon (2006: 3 dalam Nasrullah, 2014) menyatakan bahwa kata *network* menjadi kata yang sulit ditempatkan dalam peta konsep-konsep teori. Hal ini disebabkan kata tersebut tidak lagi mewakili terminologi dalam teknologi informasi semata, tetapi juga telah melebar pada terminologi di bidang antropologi, sosiologi, budaya, dan ilmu sosial lainnya yang terkadang terminologinya semakin berkembang karena adanya proses mobilitas dari masyarakat, komoditas, kapital, tanda-tanda, hingga informasi yang berkembang di dunia global.

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Namun, sebagaimana ditekankan oleh Castells (2002), struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik. Jaringan yang terbentuk antarpengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi di mediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau tablet.

Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antarpengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antarpengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori-teori sosial.

Walaupun jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekadar alat (*tools*). Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial secara online. Tak mengherankan jika Manuel Castells (2002: xxxi) mengatakan bahwa “*The Network is the message, and the internet is the messenger*”.

Ketika berbicara masalah struktur sosial, tidak bisa dilepaskan dari kekuatan atau kekuasaan (Fuchs, 2014: 78-79). Kekuatan terbagi menjadi kekuatan ekonomi, kekuatan politik, dan kekuatan budaya sebagaimana dijelaskan di bawah ini:

Tabel II.2

Tabel Tiga Bentuk Kekuatan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Dimensi dalam masyarakat | Definisi kekuatan | Struktur kekuatan dalam masyarakat modern |
| Ekonomi | Penguasaan atau kontrol terhadap nilai guna dan sumber-sumber yang diproduksi, didistribusikan, maupun dikonsumsi. | Kontrol terhadap uang dan kapital. |
| Politik | Keterlibatan dalam keputusan kolektif yang mendeterminasi aspek-aspek kehidupan dari anggota masyarakat suatu komunitas dan sistem sosial tertentu. | Kontrol terhadap pemerintahan, birokrasi, parlemen, militer, partai politik, hingga grup masyarakat. |
| Budaya | Definisi dari nilai-nilai moral dan makna yang dianggap sebagai sesuatu yang penting, memiliki reputasi, dan bermanfaat dalam masyarakat. | Kontrol terhadap struktur yang mendefinisikan makna dan nilai-nilai moral dalam masyarakat, misalnya universitas, komunitas keagamaan. |

Diadaptasi dari Fuchs, C. 2014. Social Media a Critical Introduction. Los Angeles: SAGE Publications, Ltd. Hal. 79

Lalu, bagaimana bentuk-bentuk kekuatan dalam masyarakat ini terjadi di media sosial? Fuchs memberikan dua pernyataan singkat tentang bagaimana media juga media sosial dalam masyarakat kontemporer dipengaruhi oleh kekuatan tersebut. Pertama, media sosial merupakan media yang memiliki struktur kepemilikan yang spesifik. Jika kekuatan ekonomi yang ada di media sosial terdistribusi secara asimetris, kelas atau kelompok khusus khalayak (*private class*) dianggap sebagai pemilik media sosial. Akan tetapi, jika kekuatan ekonomi yang ada di media sosial terdistribusi secara simetris, media sosial dimiliki oleh pengguna secara kolektif atau semua khalayak memiliki media sosial.

Kedua, media sosial memiliki struktur keputusan yang sangat spesifik. Jika kekuatan politik di media sosial terdistribusi secara asimetris, kelas atau kelompok khusus memiliki kekuatan untuk memutuskan. Namun, apabila kekuatan politik di media sosial terdistribusi secara simetris, setiap pengguna atau setiap orang di media sosial memiliki peluang terlibat dalam mengambil keputusan.

Ketiga, media sosial memiliki mekanisme khusus terkait kepopuleran dan reputasi dari generasi penggunanya. Jika di media sosial kekuatan budaya berlangsung secara asimetris, reputasi dan kehadiran penggunanya tergantung dari bagaimana pengguna tersebut memberikan perhatian maupun memaknai kehadiran pengguna media sosial lainnya. Jika berlangsung secara simetris. Setiap pengguna media sosial memiliki peluang yang sama untuk hadir dan diperhatikan.

Jadi intinya jaringan (*network*) adalah infrastruktur yang menghubungkan antar perangkat keras untuk melakukan pertukaran informasi.

1. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Mengapa? Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme yang dalam pembahasan sering disebut dengan berbagai istilah, seperti informational (Castells, 2004), serta pengetahuan atau knowing (Thrift, 2005 dalam Gane dan Beer, 2008).

Bahkan Castells (2010) memberikan lima karakteristik dasar informasi dan kehadiran teknologi informasi yang semakin merambah dalam segi-segi kehidupan masyarakat (lihat Sugiharti, 2014: 62-63), yakni:

Informasi merupakan bahan baku ekonomi, teknologi informasi memberikan pengaruh terhadap masyarakat maupun individu, teknologi informasi memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi yang memungkinkan logika jaringan diterapkan dalam institusi maupun proses ekonomi, ketika teknologi informasi dan logika jaringan tersebut diterapkan, memunculkan fleksibilitas yang lebih besar dengan konsekuensi bahwa proses, organisasi, dan lembaga ekonomi dengan mudah dibentuk dan terus-menerus diciptakan, teknologi individu telah mengerucut menjadi suatu sistem yang terpadu.

Dimedia sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusi antarpengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*).

Namun, dalam proses penyampaian maupun penerima pesan, Marshal Meluhan (1964) memberikan pernyataan bahwa tidak hanya gangguan yang akan memengaruhi bagaimana pesan itu disampaikan dan atau diterima, tetapi media yang membawa pesan itu memiliki pengaruh tersendiri. Dalam hal ini Meluhan memperkenalkan apa yang disebut dengan medium is the message (Durham dan kellner, 2006: 107). Pengaruh teknologi media yang digunakan untuk menyampaikan, memproduksi, dan bahkan menerima pesan, dalam beberapa kondisi tidak bisa disamakan dengan model matematis Shannon dan Weaver yang menganggap bahwa setiap pesan tidak bisa diandaikan angka matematis dalam statistik.

Karena itu, untuk melihat karakter informasi di media sosial bisa dilihat dari dua segi. Pertama, media sosial merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi. Dari sisi institusi, media sosial dibangun berdasarkan informasi yang dikodekan (*encoding)* yang kemudian didistribusikan melalui berbagai perangkat sampai terakses ke pengguna (*decoding*). Dari sisi pengguna, informasi menjadi landasan pengguna untuk saling berinteraksi dan membentuk masyarakat berjejaring di internet. Kedua, informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial. Setiap orang yang ingin masuk ke media sosial harus menyertakan informasi pribadinya, terlepas data itu asli atau dibuat-buat untuk memiliki akun dan akses. Data yang diunggah ini menjadi komoditas yang dari sisi bisnis bisa diperdagangkan. Data ini pula yang menjadi representasi identitas dari pengguna. Terutama bagi pengguna yang tidak pernah bertemu secara fisik dan berkenalan secara offline, salah satu alasan terbentuknya jaringan di media sosial adalah adanya kesamaan, seperti asal daerah, kegemaran, dan identitas lain yang diunggah oleh pengguna lain. Informasi di sini menjadi komoditas yang dikonsumsi antarpengguna.

Jadi inti dari informasi (*information*) adalah bentuk utama dari media sosial karena untuk melakukan komunikasi dibutuhkan informasi. Contohnya seperti konten dari pengguna, profil yang yang dituju, dan lain sebagainya.

1. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Inilah kekuatan media sosial, sebagai bagian dari media baru, yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip. Dalam kerangka teknologi komunikasi, arsip mengubah cara menghasilkan, mengakses, hingga menaruh informasi.

Dengan munculnya teknologi komunikasi, ada dua perubahan terhadap arsip, yakni (1) kemampuan dari setiap pengguna internet untuk mengakses arsip dan melakukan perubahan terhadapnya, serta (2) arsip menjadi lebih berkembang dikarenakan apa yang disebut Appadurai sebagai the nature and distributions of its users. Arsip didunia maya tidak hanya dipandang sebagai dokumen resmi semata yang tersimpan. Arsip di internet tidak pernah benar-benar tersimpan, ia selalu berada dalam jaringan, terdistribusi sebagai sebuah informasi, dan menjadi mediasi antara manusia-mesin dan sebaliknya (lihat Appadurai, 2003: 17). Oleh sebab itu, internet bisa ditempatkan sebagai medium pustaka digital dan komputer, atau perangkat lainnya, menjadi semacam portal untuk mengakses arsip-arsip yang tersimpan di ribuan bahkan jutaan komputer lainnya itu.

Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. Pengandaian sederhana yang bisa dibuat dalam konteks ini adalah ketika mengakses media sosial dan memiliki akun di media sosial tersebut, secara otomatis pengguna telah membangun ruang atau gudang data. Gudang data tersebut diisi oleh pengguna dan pintunya terbuka untuk dimasuki oleh siapa pun.

Konsekuensi kunci dalam perkembangan (teknologi informasi) bahwa kehidupan sehari-hari maupun rutinitas menemukan saluran untuk diarsipkan secara digital sebagai rekaman seseorang dan bagaimana mereka membagikan hari demi hari kehidupannya, terkait dengan preferensi kehidupan personalnya, pandangan politik maupun agama dan refleksi dari peristiwa yang mereka alami. (Beer, 2006)

Media sosial bisa dianggap sebagai ruang perpustakaan virtual. Layaknya perpustakaan, di media sosial juga ada kode panggil maupun kode rak buku sebagaimana yang terdapat di perpustakaan. Salah satunya, yaitu dengan menggunakan tagar atau tag. Aktivitas mentagar (*tagging*) ini untuk menandakan topik apa yang sedang diperbincangkan oleh pengguna. Jika melihat cara kerjanya di Twitter, tagar tidak hanya sekadar penanda topik, tetapi juga menjadi informasi bahwa seberapa besar topik tersebut diperbincangkan atau menjadi populer di dunia virtual.

Jadi inti dari arsip (*archive)* adalah media sosial dapat menjadi media penyimpanan data yang berisi informasi dari penggunanya.

1. Interaksi (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti tanda jempol “*like*” di Instagram.

Interkasi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). Dalam konteks ini, David Holmes (2005) menyatakan bahwa dalam media lama pengguna atau khalayak media merupakan khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu dengan yang lainnya, sementara di media baru pengguna bisa berinteraksi, baik di antara pengguna itu sendiri maupun dengan prosedur konten media.

Selanjutnya, secara teori kata “interaksi” bisa didekati dalam beberapa makna, yakni. 1. Interaksi merupakan sebuah struktur yang menghubungkan khalayak maupun teknologinya yang dibangun dari perangkat keras maupun perangkat lunak dari berbagai sistem media. 2. Interaksi memerlukan individu sebagai *human ogency*. Perangkat teknologi seperti media sosial lebih banyak sekadar menjadi sarana atau alat yang sepenuhnya bisa digunakan oleh khalayak. 3. Interaksi menunjukkan sebuah konsep tentang komunikasi yang terjadi antara pengguna yang termediasi oleh media baru dan memberikan kemungkinan-kemungkinan baru yang selama ini ada dalam poses komunikasi interpersona. 4. Interaksi juga bisa diartikan sebagai konsep yang menghapuskan sekat atau batasan ruang dan waktu. Interkasi di ruang virtual bisa terjadi kapan saja dan melibatkan pengguna dari berbagai wilayah (Gane dan Beer, 2008: 97).

Mengutip pernyataan Steven Graham (2004), Gane dan Beer menyatakan bahwa interaksi merupakan proses yang terjadi di antara pengguna dan perangkat teknologi. Kehadiran teknologi dan perangkatnya telah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari, bahkan telah menjadi semacam apa yang disebut ‘*digital technologies have become integral parts of our everyday lives*’. Perangkat teknologi telah meremediasi ke dalam ruang dan waktu, tempat kerja dan rumah, sampai pada segala sisi kehidupan yang khalayak sendiri terkadang tidak bisa lagi secara sadar membedakan mana kehidupan nyata (*offline*) dan mana yang tidak (*online*) (Gane dan Beer, 2008: 89).

Dalam *The Language of New Media*, Lev Manovich (2001) bahkan menyatakan dua tipologi untuk mendekati kata interaksi dalam perspektif media baru, yakni tipe terbuka (*open*) dan tipe tertutup (*closed*). Dalam tipe terbuka, pengguna memiliki kebebasan menentukan bagaimana jaringan ini akan di bentuk dan bagaimana interaksi itu terjadi. Sementara dalam tipe tertutup, khalayak disodorkan pilihan-pilihan selayaknya jalan yang setiap belokan akan membawa pada arah dan tujuan yang berbeda. Kondisi ini menempatkan khalayak ketika mengakses media baru untuk memilih secara bebas pilihan-pilihan yang diberikan sesuai dengan yang diinginkan.

Dua tipe yang disodorkan oleh Manovich dalam melihat kata interaksi ini terjadi juga di media sosial. Khalayak memiliki kebebasan dalam membentuk jaringan dan medium memberikan sarana pada khalayak pengguna untuk saling berinteraksi.

Jadi inti dari interaksi (*interactivity*) adalah media sosial harus memiliki interaktivitas atau interaksi antar pengguna.

1. Simulasi sosial (*social simulation*)

Media sosial memiliki sebagian medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Meski pada awal pembahasan buku ini media sosial didekati dengan teori-teori sosial, media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus bisa berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real. Misalnya, pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital (*digital citizenship*) yang berlandasan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan.

Layaknya masyarakat atau negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya. Aturan ini bisa dikarenakan perangkat teknologi ini sebagai sebuah mesin yang terhubung secara online atau bisa muncul karena interaksi di antara sesama pengguna. Sementara untuk memahami makna simulasi, bisa ditelusuri dari karya Jean Baudrillard, Simulations and Simulacra (1994). Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang real di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus-menerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seola-olah berada diantara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas.

Term simulakra (*simulacra*) digunakan Baudrillard untuk menggambarkan bagaimana realitas yang ada di media adalah ilusi, bukan cerminan dari realitas, sebuah penandaan yang tidak lagi mewakili tanda awal, tetapi sudah menjadi tanda baru. Baudrillard menyebutkan sebagai ‘*a copy of a copy with no original*’. Di media sosial interaksi yang ada memang menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali. Misalnya, di media sosial identitas menjadi cair dan bisa diubah-ubah. Perangkat di media sosial memungkinkan siapa pun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas jenis kelamin, hubungan perkawinan, sampai pada foto profil (lihat Bell, 2001, Hutchison dan Mitchell 2009, Turkle, 2005, Wood dan Smith, 2005).

Term ini terjadi melalui tahap proses : pertama, tanda (*sign*) merupakan presentasi realitas, kedua, tanda mendistori realitas, ketiga, realitas semakin kabur, bahkan hilang, malah tanda merupakan representasi dari representasi itu sendiri, dan keempat, tanda bukan lagi berhubungan dengan realitas-imaji telah menjadi pengganti dari realitas itu sendiri. Inilah yang menurut Bell terjadi dalam *cyberspace* dimana proses simulasi itu terjadi dan perkembangan teknologi komunikasi serta kemunculan media baru menyebabkan individu semakin menjauhkan realitas, menciptakan sebuah dunia baru, yaitu dunia virtual (Bell, 2001).

Media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media lebih nyata (*real*) dari realitas itu sendiri. Realitas media merupakan hasil proses simulasi, dimana representasi yang ada di media telah diproduksi dan direproduksi oleh media menjadi realitas tersendiri yang terkadang apa yang direpresentasikan berbeda atau malah bertolak belakang. Bagaimana simulasi terjadi dijelaskan Baudrillard dengan apa yang terjadi di masyarakat industri bahwa saat ini produksi tidak lagi menghasilkan penggandaan realitas, tetapi sudah menjadi produksi massal terhadap realitas yang identik dan terkadang sudah tidak memiliki kesamaan dengan apa yang direpresentasikan. Era industri juga tidak lagi mereproduksi dan memproduksi massal objek asal, tetapi telah menghasilkan objek baru dan identik. Objek asal sudah tidak lagi eksis atau tidak ditemukan ciri-cirinya dari objek yang diproduksi. Objek yang diproduksi massal sudah tidak identik dengan objek awal. Tidak ada tanda, ciri, karakteristik, bahkan persamaan apa pun dari objek yang diproduksi. Hal ini bagi Baudrillard dikarenakan teknologi juga media memiliki kekuatan tidak hanya untuk melakukan produksi, tetapi juga memproduksi tanda (*signs*) dan objek (*objects*) (Baudrillard, 1994).

Terakhir, dalam proses simulakra, tanda yang di hasilkan sudah menjadi realitas tersendiri. Tanda tidak bisa di pilih untuk menemukan kesamaan dengan realitas atau tanda yang pada awalnya di produksi. Substansi realitas awal sudah hilang, realitas yang di produksi oleh teknologi sudah menjadi realitas yang sama sekali baru.

Untuk menjelaskan bagaimana konsep simulakra ini terjadi di media sosial, apa yang di gambarkan oleh Tim Jordan (1999) bisa menjadi contoh awal. Ketika berinteraksi dengan pengguna lain melalui antarmuka (*interface*) di media sosial, pengguna harus melalui dua kondisi. Pertama, pengguna harus melakukan koneksi untuk berada di ruang siber. Koneksi ini merupakan prosedur standar yang harus dilakukan oleh semua pengguna ketika memanfaatkan media sosial, yakni melakukan log in atau masuk ke dalam media sosial dengan sebelumnya menuliskan nama pengguna (*username*) serta kata kunci (*password*). Semua fasilitas baru bisa diakses ketika pengguna telah melakukan log in dan sebaliknya pengguna, contohnya, tidak bisa berkomunikasi melalui fasilitas pesan di Instagram kepada jaringan teman-temannya ketika telah log out. Inilah apa yang disebut Jordan sebagai ‘*their own individualised place*’ (Jordan, 1999:60).

Kedua, ketika berada di media sosial, pengguna kadang melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasi atau mengonstruk dirinya di dunia virtual. Pengguna Instagram harus memasukkan informasi dirinya, seperti nama, bio, alamat email dan nomor telepon. Informasi ini tidak hanya bisa diakses oleh si pemilik akun, tetapi juga harus dibaca oleh semua orang yang terkoneksi ke situs jejaring sosial. Kondisi ini pun bisa menyertakan prasyarat pertama bahwa setiap khalayak yang ingin menjadi pengguna di media sosial diberikan semacam formulir digital untuk diisi dengan identitas dirinya untuk mendapatkan akun di media sosial. Identitas, terlepas dari palsu atau tidak, itulah yang akan menjadi entitas atau “seseorang” di dunia virtual nantinya (lihat Ensslin dan Muse, 2011, Mazzarella, n.d, Wood dan Smith, 2005).

Jadi inti dari simulasi sosial (*social simulation*) adalah media sosial dapat mensimulasikan keadaan sosial yang sesungguhnya tanpa harus mengalaminya secara langsung. Contohnya seperti chatting dengan teman tanpa harus bertatap muka secara langsung.

1. Konten Oleh Pengguna (*User-generated Content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Contoh bagaimana karakteristik media sosial ini bekerja bisa dilihat dari jenis-jenis media sosial yang dijelaskan pada bab selanjutnya.

UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi (Lister et al, 2003: 221). Situasi ini jelas berbeda jika dibandingkan dengan media lama (tradisional) di mana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan. Media baru, termasuk media sosial, menawarkan perangkat atau alat serta teknologi baru yang memungkinkan khalayak (konsumen) untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan, dan menyirkulasi ulang konten media (Jenkins, 2002) dan ini membawa pada kondisi produksi media yang *Do-It-Yourself*.

“Beberapa sektor industri media telah melibatkan penonton yang aktif sebagai perpanjangan tangan pemasaran mereka, yang tentu saja industri media itu mendapatkan umpan balik yang lebih besar dari penggemar mereka, dan bekerja sama dengan penonton yang turut menghasilkan konten ke dalam proses desain mereka. Teknologi baru telah meruntuhkan hambatan antara konsumsi media dengan produksi media. Dalam kajian awal tentang produksi media, konsumen hanya sedikit memiliki kekuatan untuk memengaruhi produksi isi media sedangkan lingkungan digital baru memperluas kekuasaan khalayak untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan, dan menyirkulasi ulang konten media” (Jenkins, 2002).

Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang yang disebut Jordan sebagai ‘*their own individualised place*’, tetapi juga mengonsumsi konten yang di produksi oleh pengguna lain. Ini merupakan kata kunci untuk mendekati media sosial sebagai media baru dan teknologi dalam Web 2.0. Teknologi yang memungkinkan produksi serta sirkulasi konten yang bersifat massa dan dari pengguna atau *user generated content* (UGC). Bentuk ini adalah format baru dari budaya interaksi (*interactive culture*) di mana para pengguna dalam waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser pada satu sisi dan sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan di ruang online pada lain sisi (Fuchs, 2014, Gane dan Beer, 2008) (Nasrullah, 2015, hal. 15-32).

Jadi inti dari konten oleh pengguna (*user-generated content*) adalah konten-konten dalam media sosial dapat dibuat oleh para penggunanya, tidak hanya konten yang sudah ada sebelumnya.

### 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)

### 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, Ariestya 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)

### Jenis-jenis Media Sosial

Jenis-jenis media sosial yang populer di Indonesia saat ini diantaranya yaitu:

1. Facebook
2. YouTube
3. Instagram
4. Twitter
5. WhatsApp
6. Blog

Namun dari banyaknya jenis media sosial, disini penulis hanya akan menjelaskan tiga jenis media sosial saja, yakni Instagram, WhatsApp dan YouTube. (Umah, 2018)

## Instagram WhatsApp dan YouTube

### Pengertian Instagram, WhatsApp dan YouTube

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih di kenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram. (Ferlitasari, 2018)

WhatsApp Messenger merupakan aplikasi online chat yang kompatibel dengan beberapa jenis handphone, antara lain Iphone, Android, Blackberry, dan merk handphone lainnya. Pada awalnya WhatsApp dibuat gratis, namun ada batasannya. Batas expire atau kadaluarsa akun WhatsApp selama setahun. Apabila ingin di perpanjang bisa di lakukan dengan pembayaran. (Umah, 2018)

YouTube adalah aplikasi sharing video yang di dirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim, ketiganya adalah mantan karyawan PayPal, situs jual beli online. Menurut Asdani Kindarto “YouTube adalah sebuah portal website yang menyediakan video sharing”. (Umah, 2018)

### Kelebihan WhatsApp dan Kekurangan Instagram

Selain fitur-fitur dalam Instagram yang beragam, salah satu kelebihan lain dari Instagram adalah hasil foto dapat di share ke media sosial lainnya seperti, Facebook dan Twitter, sehingga memungkinkan hasil foto tersebut tidak hanya dilihat oleh orang-orang yang memiliki Instagram saja. Dibandingkan dengan media sosial lain, Instagram lebih cocok untuk dijadikan media promosi atau sponsor karena bentuknya yang bersifat visual sehingga dapat digunakan sebagai media penyampai teaser, yaitu penyampaian informasi yang hanya sepotong, agar para pengguna yang mengikutinya menjadi penasaran dan ingin mencari tahu informasi lebih lanjut. Instagram juga memiliki banyak kelebihan lain, yaitu:

1. Informasi yang ditampilkan di setiap postingan gambar rinci dan jelas, seperti lokasi, waktu dan bahkan pengguna juga dapat mengisi bio atau biografi, yaitu informasi mengenai akun pengguna tersebut.
2. Instagram juga dapat mengetahui kebutuhan dan kebiasaan serta kesukaan masing-masing pengguna sehingga segmentasi pasar atau pembagian pasar untuk promosi dapat lebih fokus.
3. Dapat diakses kapan saja menggunakan akses internet.
4. Tampilan mudah dipahami untuk semua pengguna ponsel.
5. Terjadinya komunikasi melalui banyak fitur yaitu komentar, hastag (#), mentions, berbagi, kesukaan, dan bahkan pesan pribadi.
6. Untuk menggunakan aplikasi Instagram, dapat diunduh dengan mudah melalui penyedia layanan ponsel. (Ferlitasari, 2018)

Media sosial Instagram mungkin sudah tidak asing lagi pada kalangan masyarakat Indonesia. Sejak diluncurkan pada tahun 2013, salah satu media sosial yang banyak diminati anak muda ini semakin berkembang pesat sampai saat ini. Instagram tidak hanya dijadikan media untuk sekadar having fun namun juga dapat dimanfaatkan oleh banyak orang untuk kebutuhan mereka masing-masing. Seperti halnya media sosial lainnya, Instagram juga memiliki kelebihan serta kekurangan.

1. Kelebihan : banyak digunakan, mudah dipergunakan, memudahkan yang ditawarkan instagram menjadikannya media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya, memposting foto atau video, memfollow, mengomentari, memberi like, hingga searching sesuai hastag pun bisa dilakukan dengan sangat praktis, mudah untuk promosi, koneksi menggunakan media sosial lain, bersifat privasi,. Jika kita ingin orang lain tidak bisa melihat isi instagram kita, maka kita bisa mengunci instagram tersebut. Instagram memiliki beragam fitur untuk mngedit foto kita. Instagram menyatumkan Follower dan Following kita. Instagram bisa Follow tanpa batas.
2. Kekurangan : spamming. Kemudahan yang diberikan instagram dalam hal berinteraksi, membentuk media sosial ini sangat rawan spamming. Umumnya spamming banyak terlihat pada bagian komentar. Namun kita bisa menyisiatkan menggunakan memberlakukan private di akun anda supaya tidak sembarangan orang bisa berkomentar di postingan anda. Durasi video maksimal hanya 1 menit. Foto yang di share berukuran kecil, sehingga foto terlihat kurang jelas. Instagram tidak menampilkan cover picture, hanya menampilkan profile picture. Instagram juga dapat di update secara berkala sesuai dengan kebutuhan penggunanya. (ratih, 2019)
3. Keunggulan WhatsApp : aplikasi buatan ini sukses mengambil hati penduduk Indonesia mengalahkan jenis media sosial lainnya seperti Black Barry Messenger (BBM). WhatsApp memiliki banyak keunggulan. Fitur-fitur unggulan yang dimiliki WhatsApp diantaranya yaitu: mengirim pesan teks ataupun pesan audio, mengirim foto ke galeri ataupun dari kamera, mengirim video, mengirim berkas-berkas kantor, berkas pelajaran ataupun tugas sekolah, menelpon dengan suara ataupun dengan video (video call), berbagi (share) lokasi dengan memanfaatkan gps, mengirim kartu kontak, dan membuat group chat. (Umah, 2018)

### Manfaat Instagram dan YouTube

Instagram dapat menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi dari berita, hiburan, promosi produk, hingga kegiatan sehari-hari orang lain. Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya. Selain itu Instagram merupakan media sosial yang dinilai paling efektif sebagai sarana promosi oleh pengelola industri di dunia. Pentingnya Instagram sebagai sarana promosi terlihat dari sebagian besar pengelola yang menempatkan personil khusus untuk mengelola Instagram dan menyediakan dana khusus untuk promosi melalui Instagram. Dengan cara memposting foto dan video mereka dapat berbagi dengan teman-temannya, berkomunikasi dengan orang baru, atau bahkan menggunakannya untuk tujuan lain seperti berdagang, berdakwah, dan lain-lain. (Ferlitasari, 2018)

Manfaat yang dimiliki YouTube yaitu: sarana belajar, mengingat kembali memori dan sejarah masa lalu, dapat membuat video sendiri dengan tutorial, dan menghasilkan uang. (Umah, 2018)

### Fitur-fitur yang terdapat di Instagram

Instagram dapat mengambil, mengelola, mengedit, memberi efek filter dan membagikan foto dan video tersebut kesemua orang yang mengikuti akunnya di Instagram. Instagram juga dapat digunakan untuk mengunggah video dan membuat story yang menunjukkan rekaman dari kamera ponsel pengguna dan mengunggahnya ke akun pengguna dan dapat dilihat oleh pengikutnya dalam batas waktu 24 jam dari pengunggahan story tersebut. Bahkan pengguna juga dapat melakukannya secara live sehingga pengikut pengguna tersebut dapat langsung melihat kegiatan yang sedang dilakukan oleh pengguna dan berinteraksi dengannya menggunakan komentar.

Tidak hanya itu Instagram menyajikan kelebihan-kelebihan dalam mengolah foto dan video sebelum dibagikan ke akun Instagram, tidak hanya nilai estetika tetapi juga etika artinya lebih bermanfaat untuk orang lain. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Bambang dwi atmoko, fitur Instagram ada Lux, Filter, Tilt-Shift, Hastag (#), Mentions, Follow, Share, Like dan Komentar.

Hastag merupakan fitur ataupun konten dari Instagram yang memudahkan untuk membubuhkan topik tertentu dalam bentuk tagar pada setiap update-an dan untuk mengkategorikan foto dan video yang sama. Fitur ini penting karena sangat memudahkan untuk menemukan foto ataupun video termasuk tentang keislaman yang tersebar di Instagram dengan label tertentu.

Mentions merupakan fitur ataupun konten dari Instagram yang memudahkan untuk memanggil dan menyapa pengguna lain untuk memberikan informasi tertentu baik dari akun kita maupun dari akun lain, juga untuk mempersingkat ketika kita ingin menyebut nama orang agar tidak terjadi kesalahan ketika ingin mencantumkan di caption ataupun saat menggunakannya di kolom komentar.

Follow merupakan fitur ataupun konten yang penting dari Instagram, karena Instagram adalah salah satu media komunikasi, dikatakan komunikasi jika ada interaksi antar pengguna lain di Instagram, untuk mendapatkan teman atau pengguna lain tersebut menggunakan follow.

Like dan Komentar merupakan fitur ataupun konten dari Instagram yang dari sini kita dapat mengetahui seberapa besar kualitas foto ataupun video yang kita bagikan tidak hanya dilihat dari kualitas gambarnya namun juga dari makna ataupun penjelasan dari gambar tersebut yang dituangkan dalam caption. Sedangkan komentar memudahkan untuk menjaga tali silaturahmi dengan komunikasi didalamnya, karena komentar tidak hanya kritik saran dan pujian tetapi masukan sesuai konten apa yang kita bagikan. (Ferlitasari, 2018)

Dan hubungan media sosial Instagram terhadap akhlak siswa merupakan hubungan yang saling berkaitan antara media sosial dengan akhlak. Media sosial instagram dapat menggangu belajar siswa dan prestasi siswa akan menurun serta dapat tidak mempunyai akhlak dikarenakan pada saat pembelajaran berlangsung guru sedang menjelaskan materi, sedangkan siswa tidak memperhatikannya karena siswa memainkan handphone dan membuka aplikasi Instagram. Itu termasuk tidak mempunyai akhlak atau tidak menghargai guru yang sedang menjelaskan materi tersebut dan menyebabkan siswa tidak paham materi tersebut.

## Kerangka Berfikir

Ibrahim Anis menyatakan akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang dengannya lahirlah macam-macam perbuatan baik atau buruk, tanpa membutuhkan pemikiran atau pertimbangan.

Hubungan nya dengan media sosial Instagram terhadap akhlak saling berkaitan dengan siswa pada saat pembelajaran. Jika siswa memainkan handphone dan membuka aplikasi Instagram pada saat guru menjelaskan materi, termasuk perbuatan yang buruk. Dampaknya prestasi menurun. Adapun bagian alur kerangka berfikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hubungan penggunaan media sosial

Membuka aplikasi Instagram, WhatsApp dan YouTube pada jam pelajaran

Akhlak siswa

## Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berfikir di atas, dapat dirumuskan hipotesis penelitian :

Ha : Terdapat adanya hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan akhlak siswa kelas VIII MTSN 1 Kota Bogor.

Ho : Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan akhlak siswa kelas VIII MTSN 1 Kota Bogor.

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## Gambaran Umum

### Sejarah Singkat MTSN 1 Bogor

MTs Negeri Kota Bogor adalah sekolah setingkat SLTP yang bernaung dibawah pembinaan serta bertanggung jawab kepada Kementrian Agama Kota Bogor. MTsN Kota Bogor adalah pecahan dari PGAN 6 tahun Bogor yaitu kelas 1, 2 dan 3.

MTsN Kota Bogor mulai beroperasional pada tanggal 31 Maret 1979 dengan 26 orang (Guru dan Staf TU) . Mengelola 9 kelas dengan jumlah siswa 450 siswa. Mulai Tahun Ajaran 1995/1996 MTs Negeri pindah dari Jl. Pajajaran ke tempat yang baru di Bangbarung Tegal Gundil.

Status Madrasah : Negeri, Kepala Sekolah dari tahun ke tahun : 1979 - 1989 : Enoch Budiman, 1989 - 2000 : Drs. D. Djajuli, 2000 - 2008 : Drs. H. Usman, M.Pd.I, 2008 - 2017 : Drs. Abdurrahman, M.Pd.I, 2017 - 2019 : H. M. Bunyamin, M.Ag, 2019 - Sekarang : Dr. Rizalah Luqman Al Farabi.

### Visi dan Misi MTSN 1 Bogor

1. Visi MTSN 1 Bogor

“Terwujudnya generasi muslim yang berwawasan keagamaan, cendekia dan berakhlakul karimah berpijak pada iman dan taqwa.”

1. Misi MTSN 1 Bogor
2. Menyelenggarakan pendidikan bernilai islami dan sikap hidup mumpuni.
3. Menumbuhkan semangat keunggulan secara intensif kepada seluruh warga sekolah.
4. Mendorong dan membantu setiap siswa untuk mengenali potensi dirinya, sehingga dapat berkembang secara optimal.
5. Menumbuhkan dan mendorong keunggulan dalam penerapan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni.
6. Menumbuhkan penghayatan terhadap ajaran agama Islam dan budaya bangsa sehingga terbangun siswa yang kompeten dan berakhlak karimah.
7. Mendorong lulusan yang berkualitas, berprestasi, berakhlak tinggi, dan bertaqwa kepada Allah SWT.

### Tujuan MTSN 1 Bogor

1. Unggul dalam kegiatan keagamaan dan kepedulian sosial.
2. Unggul dalam perolehan nilai UN.
3. Unggul dalam persaingan masuk ke jenjang sekolah selanjutnya.
4. Unggul dalam penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi, terutama bidang sains dan matematika.
5. Unggul dalam kegiatan ekstra kurikuler seperti: lomba olahraga, jurnalis, kesenian, PMR, Paskibra dan Pramuka.
6. Unggul dalam kebersihan dan penghijauan sekolah.

### Data Siswa

Tabel IV.1

Data Siswa

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Kelas | Laki-laki | Perempuan | Jumlah |
| 1. | IX A | 13 | 18 | 31 |
| 2. | IX B | 13 | 18 | 31 |
| 3. | IX C | 14 | 18 | 32 |
| 4. | IX D | 14 | 18 | 32 |
| 5. | IX E | 14 | 18 | 32 |
| 6. | IX F | 14 | 18 | 32 |
| 7. | IX G | 14 | 18 | 32 |
| 8. | IX H | 14 | 18 | 32 |
| 9. | IX I | 14 | 18 | 32 |
| 10. | IX J | 14 | 18 | 32 |
| Total | 10 | 138 | 180 | 318 |

## Analisis Data

### Deskripsi Data Variabel

1. Variabel X (Media Sosial)

Untuk mengetahui hubungan penggunaan media sosial di MTSN 1 Bogor, peneliti menggunakan data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket yaitu, dengan menyebarkan melalui google form kepada siswa kelas IX agar menghasilkan data yang relevan.

Dari jumlah angket yang disebarkan penulis kepada 64 responden akan di dapat uraian responden jawaban dari setiap item yang kemudian diberi skor dan dijumlahkan secara total.

Berikut akan di sajikan data tentang frekuensi jawaban responden dari setiap item soal tentang Penggunaan Media Sosial (Variabel X):

Tabel IV.2

Saya membuka akun Instagram untuk mencari informasi atau berita terkini

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 1 | Selalu | 6 | 9.4% |
| Sering | 24 | 37.5% |
| Kadang-Kadang | 20 | 31.3% |
| Jarang | 10 | 15.6% |
| Tidak Pernah | 4 | 6.3% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.2 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 37,5% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa sering membuka akun Instagram untuk mencari informasi atau berita terkini.

Tabel IV.3

Saya membuka Youtobe sebagai sarana belajar

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 2 | Selalu | 4 | 6.3% |
| Sering | 14 | 21.9% |
| Kadang-Kadang | 35 | 54.7% |
| Jarang | 10 | 15.6% |
| Tidak Pernah | 1 | 1.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.3 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 54,7% siswa menjawab kadang-kadang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kadang-kadang membuka Youtobe sebagai sarana belajar.

Tabel IV.4

Saya membuka Whatsapp untuk menanyakan pelajaran yang sulit

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 3 | Selalu | 23 | 35.9% |
| Sering | 16 | 25.0% |
| Kadang-Kadang | 21 | 32.8% |
| Jarang | 3 | 4.7% |
| Tidak Pernah | 1 | 1.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.4 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 35,9% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu membuka Whatsapp untuk menanyakan pelajaran yang sulit.

Tabel IV.5

Saya membuka Instagram sebagai hiburan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 4 | Selalu | 12 | 18.8% |
| Sering | 24 | 37.5% |
| Kadang-Kadang | 17 | 26.6% |
| Jarang | 5 | 7.8% |
| Tidak Pernah | 6 | 9.4% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.5 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 37,5% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa sering membuka Instagram sebagai hiburan.

Tabel IV.6

Saya membuka akun Instagram untuk melihat produk teman saya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 5 | Selalu | 0 | 0% |
| Sering | 4 | 6.3% |
| Kadang-Kadang | 15 | 23.4% |
| Jarang | 19 | 29.7% |
| Tidak Pernah | 26 | 40.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.6 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 40.6% siswa menjawab tidak pernah. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa tidak pernah membuka akun Instagram untuk melihat produk teman.

Tabel IV.7

Saya membuka Youtobe untuk mengingat kembali memori dan sejarah di masa lalu

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 6 | Selalu | 3 | 4.7% |
| Sering | 14 | 21.9% |
| Kadang-Kadang | 21 | 32.8% |
| Jarang | 21 | 32.8% |
| Tidak Pernah | 5 | 7.8% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.7 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 32.8% siswa menjawab kadang-kadang dan jarang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kadang-kadang dan jarang membuka Youtobe untuk mengingat kembali memori dan sejarah di masa lalu.

Tabel IV.8

Saya membuka Youtobe untuk melihat video-video tentang pelajaran

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 7 | Selalu | 4 | 6.3% |
| Sering | 14 | 21.9% |
| Kadang-Kadang | 34 | 53.1% |
| Jarang | 11 | 17.2% |
| Tidak Pernah | 1 | 1.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.8 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 53.1% siswa menjawab kadang-kadang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kadang-kadang membuka Youtobe untuk melihat video-video tentang pelajaran.

Tabel IV.9

Saya membuat video-video yang menarik untuk di masukkan ke Youtobe

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 8 | Selalu | 0 | 0% |
| Sering | 1 | 1.6% |
| Kadang-Kadang | 8 | 12.5% |
| Jarang | 5 | 7.8% |
| Tidak Pernah | 50 | 78.1% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.9 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 78,1% siswa menjawab tidak pernah. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa tidak pernah membuat video-video yang menarik untuk di masukkan ke Youtobe.

Tabel IV.10

Saya membuka Youtobe untuk melihat video tentang sejarah Nabi SAW

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 9 | Selalu | 1 | 1.6% |
| Sering | 16 | 25.0% |
| Kadang-Kadang | 30 | 46.9% |
| Jarang | 17 | 26.6% |
| Tidak Pernah | 0 | 0 |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.10 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 46.9% siswa menjawab kadang-kadang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kadang-kadang membuka Youtobe untuk melihat video tentang sejarah Nabi SAW.

Tabel IV.11

Saya membuka Youtobe sebagai hiburan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 10 | Selalu | 14 | 21.9% |
| Sering | 27 | 42.2% |
| Kadang-Kadang | 15 | 23.4% |
| Jarang | 7 | 10.9% |
| Tidak Pernah | 1 | 1.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.11 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 42,2% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa sering membuka Youtobe sebagai hiburan.

Tabel IV.12

Saya menggunakan Whatsapp untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 11 | Selalu | 42 | 65.6% |
| Sering | 18 | 25.1% |
| Kadang-Kadang | 2 | 3.1% |
| Jarang | 2 | 3.1% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.12 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 65.6% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu menggunakan Whatsapp untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman.

Tabel IV.13

Saya membuat grup Whatsapp untuk sharing mata pelajaran

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 12 | Selalu | 13 | 20.3% |
| Sering | 25 | 39.1% |
| Kadang-Kadang | 16 | 25.0% |
| Jarang | 9 | 14.1% |
| Tidak Pernah | 1 | 1.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.13 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 39,1% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa sering membuat grup Whatsapp untuk sharing mata pelajaran.

Tabel IV.14

Saya membuka grup Whatsapp untuk mengerjakan tugas dari guru

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 13 | Selalu | 35 | 54.7% |
| Sering | 23 | 35.9% |
| Kadang-Kadang | 3 | 4.7% |
| Jarang | 2 | 31.1% |
| Tidak Pernah | 1 | 1.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.14 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 54,7% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu membuka grup Whatsapp untuk mengerjakan tugas dari guru.

Tabel IV.15

Guru saya mengirim link di Whatsapp untuk mengerjakan soal-soal ujian

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 14 | Selalu | 21 | 32.8% |
| Sering | 19 | 29.7% |
| Kadang-Kadang | 18 | 28.1% |
| Jarang | 6 | 9.4% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.15 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 32,8% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu mengerjakan soal-soal ujian dengan guru mengirim link.

Tabel IV.16

Teman saya mempromosikan produk di grup Whatsapp

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 15 | Selalu | 2 | 3.1% |
| Sering | 8 | 12.5% |
| Kadang-Kadang | 16 | 25.0% |
| Jarang | 27 | 42.2% |
| Tidak Pernah | 11 | 17.2% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.16 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 42,2% siswa menjawab jarang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa jarang mempromosikan produk di grup Whatsapp.

Tabel IV.17

Saya tidak membuka media sosial pada jam pelajaran

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 16 | Selalu | 3 | 4.7% |
| Sering | 9 | 14.1% |
| Kadang-Kadang | 26 | 40.6% |
| Jarang | 16 | 25.0% |
| Tidak Pernah | 10 | 15.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.17 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 40,6% siswa menjawab kadang-kadang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kadang-kadang membuka media sosial pada jam pelajaran.

Tabel IV.18

Saya membuka Youtobe untuk melihat video-video pembelajaran

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 17 | Selalu | 5 | 7.8% |
| Sering | 18 | 28.1% |
| Kadang-Kadang | 27 | 42.2% |
| Jarang | 10 | 15.6% |
| Tidak Pernah | 4 | 6.3% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.18 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 42.2% siswa menjawab kadang-kadang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kadang-kadang membuka Youtobe untuk melihat video pembelajaran.

Tabel IV.19

Adanya Instagram dan Whatsapp dapat menjalin silaturahmi dengan teman dan keluarga

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 18 | Selalu | 27 | 42.2% |
| Sering | 31 | 48.4% |
| Kadang-Kadang | 4 | 6.3% |
| Jarang | 1 | 1.6% |
| Tidak Pernah | 1 | 1.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.19 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 48.4% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa sering menjalin silaturahmi dengan teman dan keluarga melalui Instagram dan Whatsapp.

Tabel IV.20

Saya membuka Youtobe untuk menghilangkan kejenuhan dalam belajar

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 19 | Selalu | 16 | 25.0% |
| Sering | 20 | 31.1% |
| Kadang-Kadang | 18 | 28.1% |
| Jarang | 6 | 9.4% |
| Tidak Pernah | 4 | 6.3% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.20 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 31,1% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa sering membuka Youtobe untuk menghilangkan kejenuhan dalam belajar.

Tabel IV.21

Adanya grup Whatsapp mempermudah kegiatan belajar

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 20 | Selalu | 27 | 42.2% |
| Sering | 24 | 37.5% |
| Kadang-Kadang | 13 | 20.3% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.21 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 42.2% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu menggunakan grup Whatsapp untuk mempermudah kegiatan belajar.

Tabel IV.22

Mengakses media sosial membuat saya malas belajar

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 21 | Selalu | 1 | 1.6% |
| Sering | 8 | 12.5% |
| Kadang-Kadang | 20 | 31.3% |
| Jarang | 15 | 23.4% |
| Tidak Pernah | 20 | 31.3% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.22 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 31,3% siswa menjawab kadang-kadang dan tidak pernah. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kadang-kadang dan tidak pernah mengakses media sosial membuat malas belajar.

Tabel IV.23

Saya membuka Instagram, Whatsapp dan Youtobe pada jam pelajaran

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 22 | Selalu | 2 | 3.1% |
| Sering | 9 | 14.1% |
| Kadang-Kadang | 21 | 32.8% |
| Jarang | 24 | 37.5% |
| Tidak Pernah | 8 | 12.5% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.23 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 37,5% siswa menjawab jarang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa jarang membuka Instahram, Whatsapp dan Youtobe pada jam pembelajaran.

Tabel IV.24

Mata saya menjadi sakit karena kelamaan mengakses media sosial Instagram, Whatsapp dan Youtobe

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 23 | Selalu | 3 | 4.7% |
| Sering | 9 | 14.1% |
| Kadang-Kadang | 16 | 25.0% |
| Jarang | 12 | 18.8% |
| Tidak Pernah | 24 | 37.5% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.24 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 37,5% siswa menjawab tidak pernah. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa tidak pernah mata menjadi sakit karena kelamaan mengakses media sosial Instagram, Whatsapp dan Youtobe.

Tabel IV.25

Semenjak mengenal media sosial Instagram, Whatsapp dan Youtobe nilai mata pelajaran saya menjadi rendah

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 24 | Selalu | 0 | 0% |
| Sering | 5 | 7.8% |
| Kadang-Kadang | 21 | 32.8% |
| Jarang | 20 | 31.3% |
| Tidak Pernah | 18 | 28.1% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.25 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 32,8% siswa menjawab kadang-kadang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kadang-kadang semenjak mengenal media sosial Instagram, Whatsapp dan Youtobe nilai mata pelajaran menjadi rendah.

Tabel IV.26

Saya dimarahi orang tua saya karena bermain handphone untuk membuka akun media sosial Instagram, Whatsapp dan Youtobe sampai larut malam

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 25 | Selalu | 3 | 4.7% |
| Sering | 13 | 20.3% |
| Kadang-Kadang | 17 | 26.6% |
| Jarang | 13 | 20.3% |
| Tidak Pernah | 18 | 28.1% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.26 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 28,1% siswa menjawab tidak pernah. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa tidak pernah dimarahi orang tua karena bermain handphone untuk membuka akun media sosial Instagram, Whatsapp dan Youtobe sampai larut malam.

Tabel IV.27

Memainkan media sosial lebih asik dibandingkan mempelajari pelajaran di sekolah

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 26 | Selalu | 2 | 3.1% |
| Sering | 4 | 6.3% |
| Kadang-Kadang | 21 | 32.8% |
| Jarang | 16 | 25.0% |
| Tidak Pernah | 21 | 32.8% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.27 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 32,8% siswa menjawab kadang-kadang dan tidak pernah. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kadang-kadang dan tidak pernah memainkan media sosial lebih asik dibandingkan mempelajari pelajaran di sekolah.

Tabel IV.28

Saya menghabiskan uang jajan untuk membeli paketan internet

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 27 | Selalu | 9 | 14.1% |
| Sering | 3 | 4.7% |
| Kadang-Kadang | 13 | 20.3% |
| Jarang | 13 | 20.3% |
| Tidak Pernah | 26 | 40.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.28 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 40,6% siswa menjawab tidak pernah. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa tidak pernah menghabiskan uang jajan untuk membeli paketan internet.

Tabel IV.29

Saya terlambat pergi ke sekolah karena membuka Whatsapp, Instagram dan Youtobe sampai larut malam

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 28 | Selalu | 0 | 0% |
| Sering | 2 | 3.1% |
| Kadang-Kadang | 3 | 4.7% |
| Jarang | 10 | 15.6% |
| Tidak Pernah | 49 | 76.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.29 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 76,6% siswa menjawab tidak pernah. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa tidak pernah terlambat pergi ke sekolah karena membuka Whatsapp, Instagram dan Youtobe sampai larut malam.

Tabel IV.30

Semenjak mengenal media sosial saya menjadi suka menyendiri

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 29 | Selalu | 3 | 4.7% |
| Sering | 9 | 14.1% |
| Kadang-Kadang | 12 | 18.8% |
| Jarang | 9 | 14.1% |
| Tidak Pernah | 31 | 48.4% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.30 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 48,4% siswa menjawab tidak pernah. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa semenjak mengenal media sosial tidak pernah menjadi suka menyendiri.

Tabel IV.31

Ketika saya bersama teman-teman saya asik memainkan handphone

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 30 | Selalu | 1 | 1.6% |
| Sering | 4 | 6.3% |
| Kadang-Kadang | 12 | 18.8% |
| Jarang | 20 | 31.1% |
| Tidak Pernah | 27 | 42.2% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.31 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 42,2% siswa menjawab tidak pernah. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa ketika bersama teman-teman tidak pernah asik memainkan handphone.

Tabel IV.32

Rekapitulasi Hasil Skor Angket tentang Media Sosial (X)



Berdasarkan tabel IV.32 di atas, dapat disimpulkan rekapitulasi siswa MTSN 1 Bogor, rata-rata persentase, yaitu: sangat selalu dengan rata-rata 14,69%, sering dengan rata-rata 21,52%, kadang-kadang dengan rata-rata 27,76%, jarang dengan rata-rata 18,58%, dan tidak pernah dengan rata-rata 22,05%.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah terbanyak adalah alternative jawaban kadang-kadang dengan rata-rata 27,76%, sehingga disimpulkan bahwa mayoritas siswa menjawab kadang-kadang dari 30 pernyataan angket.

1. Variabel Y (Akhlak Siswa)

Untuk mengetahui sejauh mana akhlak siswa di MTSN 1 Bogor, peneliti menggunakan data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket yaitu, dengan menyebarkan melalui google form kepada siswa kelas IX agar menghasilkan data yang relevan.

Dari jumlah angket yang disebarkan penulis kepada 64 responden akan di dapat uraian responden jawaban dari setiap item yang kemudian diberi skor dan dijumlahkan secara total.

Berikut akan di sajikan data tentang frekuensi jawaban responden dari setiap item soal tentang Penggunaan Media Sosial (Variabel X):

Tabel IV.33

Saya mengikuti kerja bakti dengan hati yang ikhlas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 1 | Selalu | 27 | 42.2% |
| Sering | 27 | 42.2% |
| Kadang-Kadang | 10 | 15.6% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.33 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 42,2% siswa menjawab selalu dan sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu dan sering mengikuti kerja bakti dengan hati yang ikhlas.

Tabel IV.34

Saya berkata jujur kepada kedua orang tua saya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 2 | Selalu | 19 | 29.7% |
| Sering | 36 | 56.3% |
| Kadang-Kadang | 9 | 14.1% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.34 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 56,3% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa sering berkata jujur kepada kedua orang tua.

Tabel IV.35

Ketika banyak masalah saya sabar menghadapinya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 3 | Selalu | 24 | 37.5% |
| Sering | 22 | 34.4% |
| Kadang-Kadang | 15 | 23.4% |
| Jarang | 3 | 4.7% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.35 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 37,5% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa ketika banyak masalah selalu sabar menghadapinya.

Tabel IV.36

Ketika teman saya sakit saya menjenguknya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 4 | Selalu | 11 | 17.2% |
| Sering | 12 | 18.8% |
| Kadang-Kadang | 33 | 51.6% |
| Jarang | 8 | 12.5% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.36 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 51,6% siswa menjawab kadang-kadang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa ketika teman sakit kadang-kadang menjenguknya.

Tabel IV.37

Saya menolong teman saya yang sedang kesulitan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 5 | Selalu | 21 | 32.8% |
| Sering | 28 | 43.8% |
| Kadang-Kadang | 15 | 23.4% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.37 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 43,8% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa sering menolong teman yang sedang kesulitan.

Tabel IV.38

Saya mentaati peraturan di sekolah

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 6 | Selalu | 28 | 43.8% |
| Sering | 23 | 35.9% |
| Kadang-Kadang | 11 | 17.2% |
| Jarang | 2 | 3.1% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.38 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 43,8% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu mentaati peraturan di sekolah.

Tabel IV.39

Saya mensyukuri atas nikmat Allah SWT

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 7 | Selalu | 50 | 78.1% |
| Sering | 12 | 18.8% |
| Kadang-Kadang | 2 | 3.1% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.39 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 78,1% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu mensyukuri atas nikmat Allah SWT.

Tabel IV.40

Saya menjaga rahasia teman saya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 8 | Selalu | 35 | 54.7% |
| Sering | 18 | 28.1% |
| Kadang-Kadang | 10 | 15.6% |
| Jarang | 1 | 1.6% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.40 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 54,7% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu menjaga rahasia teman.

Tabel IV.41

Saya melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi larangannya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 9 | Selalu | 40 | 62.5% |
| Sering | 20 | 31.3% |
| Kadang-Kadang | 4 | 6.3% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.41 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 62,5% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi larangannya.

Tabel IV.42

Saya mendengarkan nasihat dari guru

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 10 | Selalu | 32 | 50.0% |
| Sering | 24 | 37.5% |
| Kadang-Kadang | 8 | 12.5% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.42 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 50,0% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu mendengarkan nasihat dari guru.

Tabel IV.43

Saya tidak pernah berbohong kepada teman saya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 11 | Selalu | 4 | 6.3% |
| Sering | 27 | 42.2% |
| Kadang-Kadang | 29 | 45.3% |
| Jarang | 4 | 6.3% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.43 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 45,3% siswa menjawab kadang-kadang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kadang-kadang tidak pernah berbohong kepada teman.

Tabel IV.44

Saya memanggil teman-teman saya dengan sebutan yang baik

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 12 | Selalu | 22 | 34.4% |
| Sering | 24 | 37.5% |
| Kadang-Kadang | 16 | 25.0% |
| Jarang | 1 | 1.6% |
| Tidak Pernah | 1 | 1.6% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.44 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 37,5% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa sering memanggil teman-teman dengan sebutan yang baik.

Tabel IV.45

Saya tidak pernah sombong ketika mempunyai barang-barang baru

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 13 | Selalu | 30 | 46.9% |
| Sering | 20 | 31.3% |
| Kadang-Kadang | 5 | 7.8% |
| Jarang | 3 | 4.7% |
| Tidak Pernah | 6 | 9.4% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.45 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 46,9% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu tidak pernah sombong ketika mempunyai barang-barang baru.

Tabel IV.46

Saya tidak mudah putus asa dalam menghadapi tugas sekolah

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 14 | Selalu | 15 | 23.4% |
| Sering | 25 | 39.1% |
| Kadang-Kadang | 21 | 32.8% |
| Jarang | 3 | 4.7% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.46 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 39,1% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa sering tidak mudah putus asa dalam menghadapi tugas sekolah.

Tabel IV.47

Saya mengerjakan tugas dengan kerelaan hati

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 15 | Selalu | 17 | 26.6% |
| Sering | 25 | 39.1% |
| Kadang-Kadang | 18 | 28.1% |
| Jarang | 2 | 3.1% |
| Tidak Pernah | 2 | 3.1% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.47 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 39,1% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa sering mengerjakan tugas dengan kerelaan hati.

Tabel IV.48

Membuang sampah pada tempatnya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 16 | Selalu | 26 | 40.6% |
| Sering | 23 | 35.9% |
| Kadang-Kadang | 15 | 23.4% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.48 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 40,6% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu membuang sampah pada tempatnya.

Tabel IV.49

Saya menjaga rahasia sahabat saya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 17 | Selalu | 33 | 51.6% |
| Sering | 19 | 29.7% |
| Kadang-Kadang | 11 | 17.2% |
| Jarang | 1 | 1.6% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.49 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 51,6% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu menjaga rahasia sahabat.

Tabel IV.50

Saya mematuhi peraturan sekolah

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 18 | Selalu | 34 | 53.1% |
| Sering | 21 | 32.8% |
| Kadang-Kadang | 9 | 14.1% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.50 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 53,1% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu mematuhi peraturan sekolah.

Tabel IV.51

Saya mendengarkan nasihat dari orang tua

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 19 | Selalu | 33 | 51.6% |
| Sering | 20 | 31.3% |
| Kadang-Kadang | 11 | 17.2% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.51 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 51,6% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu mendengarkan nasihat dari orang tua.

Tabel IV.52

Saya sangat menyayangi teman-teman saya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 20 | Selalu | 35 | 54.7% |
| Sering | 20 | 31.3% |
| Kadang-Kadang | 9 | 14.1% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.52 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 54,7% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu menyayangi teman-teman.

Tabel IV.53

Dengan saya berbuat baik dan menjalankan perintah Allah SWT hidup saya menjadi tenang

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 21 | Selalu | 49 | 76.6% |
| Sering | 15 | 23.4% |
| Kadang-Kadang | 0 | 0% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.53 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 76,6% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu berbuat baik dan menjalankan perintah Allah SWT hidup menjadi tenang.

Tabel IV.54

Saya menikmati kehidupan dalam segala keadaan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 22 | Selalu | 32 | 50.0% |
| Sering | 24 | 37.5% |
| Kadang-Kadang | 7 | 10.9% |
| Jarang | 1 | 1.6% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.54 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 50,0% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu menikmati kehidupan dalam segala keadaan.

Tabel IV.55

Saya sangat mudah melakukan perubahan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 23 | Selalu | 12 | 18.8% |
| Sering | 20 | 31.3% |
| Kadang-Kadang | 26 | 40.6% |
| Jarang | 4 | 6.3% |
| Tidak Pernah | 2 | 3.1% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.55 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 40,6% siswa menjawab kadang-kadang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa kadang-kadang sangat mudah melakukan perubahan.

Tabel IV.56

Saya berbakti kepada kedua orang tua

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 24 | Selalu | 38 | 59.4% |
| Sering | 22 | 34.4% |
| Kadang-Kadang | 4 | 6.3% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.56 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 59,4% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu berbakti kepada kedua orang tua.

Tabel IV.57

Ketika saya melaksanakan shalat hati saya merasa tenang

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 25 | Selalu | 45 | 70.3% |
| Sering | 18 | 28.1% |
| Kadang-Kadang | 1 | 1.6% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.57 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 70,3% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa ketika melaksanakan shalat hati selalu merasa tenang.

Tabel IV.58

Saya mematuhi perintah dari guru

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 26 | Selalu | 30 | 46.9% |
| Sering | 24 | 37.5% |
| Kadang-Kadang | 10 | 15.6% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.58 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 46,9% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu mematuhi perintah dari guru.

Tabel IV.59

Setiap pagi saya menyapu dan mengepel kelas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 27 | Selalu | 6 | 9.4% |
| Sering | 11 | 17.2% |
| Kadang-Kadang | 40 | 62.5% |
| Jarang | 7 | 10.9% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.59 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 62,5% siswa menjawab kadang-kadang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa setiap pagi kadang-kadang menyapu dan mengepel kelas.

Tabel IV.60

Ketika guru menjelaskan mata pelajaran saya memperhatikan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 28 | Selalu | 16 | 25.0% |
| Sering | 29 | 45.3% |
| Kadang-Kadang | 19 | 29.7% |
| Jarang | 0 | 0% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.60 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 45,3% siswa menjawab sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa ketika guru menjelaskan mata pelajaran sering memperhatikan.

Tabel IV.61

Ketika teman saya mencela saya selalu sabar menghadapinya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 29 | Selalu | 23 | 35.9% |
| Sering | 23 | 35.9% |
| Kadang-Kadang | 17 | 26.6% |
| Jarang | 1 | 1.6% |
| Tidak Pernah | 0 | 0% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.61 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 35,9% siswa menjawab selalu dan sering. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa ketika teman mencela selalu dan sering sabar menghadapinya.

Tabel IV.62

Saya berteman dengan orang yang baik hati

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Alternatif jawaban | Frekuensi | Persentase % |
| 30 | Selalu | 34 | 53.1% |
| Sering | 21 | 32.8% |
| Kadang-Kadang | 6 | 9.4% |
| Jarang | 1 | 1.6% |
| Tidak Pernah | 2 | 3.1% |
| Jumlah | | 64 | 100% |

Berdasarkan tabel IV.62 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar 53,1% siswa menjawab selalu. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa selalu berteman dengan orang yang baik hati.

Tabel IV.63

Rekapitulasi Hasil Skor Angket tentang Akhlak (Y)



Berdasarkan tabel IV.63 di atas, dapat disimpulkan rekapitulasi siswa MTSN 1 Bogor, rata-rata persentase, yaitu: selalu dengan rata-rata 42,77%, sering dengan rata-rata 34,01%, kadang-kadang dengan rata-rata 20,36%, jarang dengan rata-rata 2,20%, dan tidak pernah dengan rata-rata 0,66%.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah terbanyak adalah alternative jawaban selalu dengan rata-rata 42,77%, sehingga disimpulkan bahwa mayoritas siswa menjawab selalu dari 30 pernyataan angket.

## Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

Tabel IV.64

Hasil Uji Normalitas Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** | | | |
|  | | Mediasosial | Akhlaksiswa |
| N | | 64 | 64 |
| Normal Parametersa,b | Mean | 88.47 | 124.80 |
| Std. Deviation | 11.190 | 13.048 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .63 | .69 |
| Positive | .055 | .054 |
| Negative | -.63 | -.69 |
| Test Statistic | | .63 | .69 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200c | .200c |
| a. Test distribution is Normal. | | | |
| b. Calculated from data. | | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | | |

Berdasarkan tabel IV.64 hasil dari uji *Kolmogorov-Smirnov,* menunjukan bahwa nilai signifikan dari masing-masing variabel yaitu variabel media sosial (X) Sign 0,200, dan variabel akhlak siswa (Y) Sign 0,200, dimana nilainya lebih besar dari *a =* 0,05 (Asymp. Sig = 0,200 > 0,05), dan (Asymp. Sig = 0,200 > 0,05), maka data tersebut terdistribusi secara normal.

1. Uji Homogenitas

Tabel IV.65

Hasil Uji Homogenitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Test of Homogeneity of Variances** | | | |
| Akhlaksiswa | | | |
| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
| 2.468 | 14 | 25 | .024 |

Berdasarkan tabel IV.65 di atas, maka diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,024 lebih besar dari 0,05, dimana (Asymp. Sig = 0,024 > 0,05) sehingga dapat dinyatakan distribusi data homogen secara signifikan antara variabel media sosial (X) dengan variabel akhlak siswa (Y).

## Uji Hipotesis

Dalam mencari hubungan antara dua variable, variable X yaitu media sosial dan variable Y yaitu akhlak siswa. Peneliti mengolah data dengan program SPSS 22, menggunakan korelasi uji regresi linear, uji ini dipakai untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara media sosial dengan akhlak siswa di MTSN 1 Bogor. Hasil pengolahan data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.66

Uji Hipotesis

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model Summary** | | | | |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .624a | .390 | .380 | 13.728 |
| a. Predictors: (Constant), Mediasosial | | | | |
| b. Dependent Variable: Akhlaksiswa | | | | |

Berdasarkan tabel IV.66 diatas, dapat menjelaskan nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,624. Dari output tersebut diperoleh nilai determinasi (R Square) sebesar 0,390, yang mengandung pengertian bahwa hubungan variable media sosial dengan variable akhlak siswa adalah 39,0%. Koefisien korelasi sebesar 0,624 jika dilihat dari interpretasinya terletak antara 0,40-0,70.

Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara variabel X dan variable Y dengan hubungan yang sedang atau cukupan. Berdasarkan hipotesis, maka dalam penelitian ini berarti Ha diterima dan Ho ditolak, yakni terdapat hubungan antara media sosial dengan akhlak siswa di MTSN 1 Bogor.

## Pembahasan Hasil Penelitian

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 didapati 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, menunjukan 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 cukupan, sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan hubungan penggunaan media sosial dengan akhlak siswa berada pada tingkat hubungan yang sedang atau cukupan.

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

# SIMPULAN

## Kesimpulan

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 (Ho) ditolak dan hipotesis alternative (Ha) diterima.

## Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka ada beberapa saran yang dapat diterapkan di MTSN 1 Bogor, yaitu:

1. Untuk guru, hendaknya guru lebih meningkatkan pengawasan dan kontrol pada siswa agar siswa lebih bisa mengatur waktu penggunaan media sosial di sekolah saat jam pelajaran maupun di luar jam pelajaran.
2. Untuk orang tua, dapat menjadi pedoman untuk bisa memantau dan memberi teladan yang baik kepada anaknya dalam penggunaan media sosial.
3. Untuk siswa, dapat mengatur penggunaan media sosial yang tidak mengganggu proses belajar siswa dan tidak merubah akhlak siswa dalam bersosialisasi dengan lingkungan sekitar.

# 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*.