

PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA DI KECAMATAN RILAU ALE KABUPATEN BULUKUMBA

KAMALUDDIN TAJIBU

Komunikasi Penyiaran Islam UIN Alauddin

Email: kamaltajibu@uin-alauddin.ac.id

Abstract

Instagram social media offers a communication system with various conveniences through the use of features or content not only aesthetic but also ethical that can be made. Utilization of features to find photos, videos and news about Islam as well as religious accounts on Instagram is one method that can create good ethics as well as influence its users, especially teenagers. The results of this study indicate that Instagram social media influences teenagers in Rilau Ale Subdistrict, Bulukumba Regency through the use of the features presented, so that with Instagram social media teenagers can influence their daily behavior that reflects Islamic values through the use of the hashtag feature (#) can motivate to carry out such as worshipping Allah SWT, respecting parents, not being excessive in worldly matters, caring for others and others both for themselves and others.

Keywords: Instagram, Sosial Media, Featurs, Bulukumba Regency, Rilau Ale Subdistrict

A. PENDAHULUAN

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.¹ 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.

¹ Setiadi, elly M dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi Dan Pemecahnya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), Hlm. 686

Salah satu wujud globalisasi adalah penggunaan media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat *webpage* pribadi dan terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi 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.²

Pengguna media sosial yang paling dominan atau banyak adalah remaja. Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja antara lain; *Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Kaskus, LINE, Whatsapp, Blackberry 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 penggunanya. Menurut CEO Instagram, Kevin Systrom, jumlah pengguna aplikasi tersebut sudah mencapai 700 juta, dengan peningkatan 100 juta pengguna dalam waktu 4 bulan. Dengan pengguna terbanyak adalah kalangan remaja, termasuk remaja di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba.

Remaja pada hakikatnya sedang berjuang untuk menemukan dirinya sendiri, jika dihadapkan pada keadaan luar atau lingkungan yang kurang serasi penuh kontradiksi dan labil, maka akan mudalah mereka jatuh kepada kesengsaraan batin, hidup penuh kecemasan, ketidakpastian dan kebimbangan. Hal seperti ini telah menyebabkan remaja-remaja Indonesia

² Mandoteck, "Pengaruh Media Sosial di Kalangan Remaja", diakses dari <https://mandhoteck.wordpress.com/2016/02/21/makalah-tugas-bahasa-indonesia-pengaruh-media-sosial-dikalangan-remaja/> pada tanggal 21 Februari 2016.

jatuh pada kelainan-kelainan kelakuan yang membawa bahaya terhadap dirinya sendiri baik sekarang, maupun di kemudian hari.

Perilaku remaja saat ini cenderung mendekati perilaku yang negatif tidak memungkiri karena semakin berkembangnya era globalisasi gaya hidup dan perilaku remaja saat ini, di dalam sebuah pergaulan remaja sudah tercampur dengan gaya pergaulan dari luar, alhasil banyak kebudayaan kita tidak menjadi tradisi di kalangan remaja. kebudayaan yang berasal dari luar negeri sering kali tidak mendapatkan filterisasi terlebih dahulu. Akibatnya banyak kebudayaan Indonesia yang luntur dan terlupakan oleh anak muda penerus bangsa. Para remaja lebih memilih kebudayaan asing tanpa memilah dan memilih yang baik atau buruk. Contohnya saja, kehidupan bebas remaja yang membuat was-was para orang tua, berpacaran dengan mesra di depan umum dan lain-lain, menurut remaja jaman sekarang di anggap menjadi kebiasaan, namun kebiasaan itu telah di campur tangankan dengan pergaulan di negara lain yang pergaulan di luar menganut pergaulan bebas.

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.

B. TINJAUAN TEORITIS

1. Media sosial dan Instagram

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia

virtual.³ Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan media sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.⁴ Klasifikasi Media Sosial dibagi menjadi 6 bagian, yaitu:⁵ 1) Proyek kolaborasi (*Collaborative projects*); 2) Blog (*Blogs*); 3) Konten Komunitas (*Content Community*); 4) Dunia Game Virtual (*Virtual Game Worlds*); 5) dunia Sosial Virtual (*Virtual Social Worlds*); 6) Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Sites*).

Media sosial memiliki 6 karakteristik khusus, yaitu:⁶ 1) Jaringan (*Network*); 2) Informasi (*Information*); 3) Arsip (*Archive*); 4) Interaktivitas (*Interactivity*); 5) Simulasi Sosial (*Social Simulation*); 6) Konten Pengguna (*User-generated Content*). Media Sosial dapat digunakan untuk berbagai hal, di antaranya 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.

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 dikenal 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

³ Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung* (2016):h. 142

⁴ Aditya, R. (2015). “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru”. Pekanbaru: Jom FISIP Volume 2 No 2

⁵ Kaplan, Andreas M, Haenlein, Michael. (2010). “Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media”. *Business Horizons*, 53, 59-68

disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram.

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.³⁴

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. Instagram dapat mengetahui kebutuhan dan kebiasaan serta kesukaan masing-masing pengguna sehingga segmentasi pasar atau pembagian pasar untuk promosi dapat lebih fokus; 2) Dapat diakses kapan saja menggunakan akses internet; 3) Tampilan mudah dipahami untuk semua pengguna ponsel; 4) Terjalannya komunikasi melalui banyak fitur yaitu komentar, *hashtag* (#), mentions, berbagi, kesukaan, dan bahkan pesan pribadi; 5) Untuk menggunakan aplikasi *Instagram*, dapat diunduh dengan mudah melalui penyedia layanan ponsel.

Instagram dapat mengambil, mengelola, mengedit, memberi efek filter dan membagikan foto dan video tersebut kesemua orang yang mengikuti akunnya di *Instagram*.³⁸ 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 & 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 & 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 hanyakritik saran dan pujian tetapi masukan sesuai konten apa yang kita bagikan.

2. Perilaku Keagamaan Remaja

Perilaku keagamaan adalah segala tindakan, aktifitas maupun tingkahlaku remaja rohis di Kecamatan Rilau Ale yang mencerminkan nilai-nilai Keislaman seperti tentang beribadah kepada Allah SWT. Agama dipeluk dan dihayati oleh manusia, praktek dan penghayatan agama tersebut diistilahkan sebagai keberagamaan (religiusitas). Keberagamaannya, manusia menemukan dimensi terdalam dirinya yang menyentuh emosi dan jiwa. Oleh karena itu, keberagamaan yang baik akan membawa tiap individu memiliki jiwa yang sehat dan membentuk kepribadian yang kokoh dan seimbang. Agama bersumber pada wahyu Tuhan. Oleh karena itu,

keberagamaan pun merupakan perilaku yang bersumber langsung atau tidak langsung kepada wahyu Tuhan juga. Keberagamaan memiliki beberapa dimensi. Dimensi-dimensi tersebut antara lain dimensi pertama adalah aspek kognitif keberagamaan, dua dari yang terakhir adalah aspek behavioral keberagamaan dan yang terakhir adalah aspek afektif keberagamaan.

C.Y. Glock dan R Stark dalam bukunya Djamaluddin Ancok menyebut ada lima dimensi agama dalam diri manusia, yakni dimensi keyakinan (*ideologis*), dimensi peribadatan dan praktek keagamaan (*ritualistic*), dimensi penghayatan (*eksperensial*), dimensi pengamalan (konsekuensial) dan dimensi pengetahuan agama (intelektual).⁷

- a. Dimensi ideologis (*ideological involvement*). Dimensi ideologi yaitu sesuatu yang berkenaan dengan seperangkat kepercayaan keagamaan yang memberikan penjelasantentang Tuhan, alam manusia dan hubungan diantara mereka. Kepercayaan dapat berupa makna dari tujuan atau pengetahuan tentang perilaku yang baik yang dikehendaki Tuhan. Dimensi ini berisi pengakuan akan kebenaran doktrin-doktrin dari agama. Seorang individu yang religius akan berpegang teguh pada ajaran teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin agamanya, misalnya keyakinan akan adanya malaikat, surge-neraka, dan sebagainya.
- b. Dimensi intelektual (*intellectual involvement*). Dimensi intelektual yaitu yang dapat mengacu pada pengetahuan tentang ajaran-ajaran agama, pada dimensi ini dapat diketahui tentang seberapa jauh tingkat pengetahuan agama (*religiuser literacy*) dan tingkat ketertarikan mempelajari agama dari penganut agama, dalam dimensi ini bahwa orang-orang beragama paling tidak memiliki sejumlah pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritis-ritis kitab suci dan tradisi-tradisi.
- c. Dimensi eksperensial (*experiential involvement*). Dimensi eksperensial adalah bagian keagamaan yang bersifat efektif, yakni keterlibatan emosional dan sentimental pada pelaksanaan ajaran (*religion feeling*). Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman perasaan-perasaan, persepsi-persepsi dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan oleh kelompok keagamaan saat melaksanakan ritual keagamaan. Seperti, tenang saat berdoa, tersentuh mendengar ayat suci Al-Qur'an dibacakan.

⁷ Djamaluddin Ancok, Fuat Nashori Suroro, Psikologi Islam, (Yogyakarta: PustakaPelajar, 1995), hal. 77

- d. Dimensi ritualistic (*ritual involvement*). Dimensi ritualistic yaitu merujuk pada ritus-ritus keagamaan yang dianjurkan dan dilaksanakan oleh penganut agama dan sangat berkaitan dengan ketaatan penganut suatu agama. Dimensi ini meliputi pedoman pokok pelaksanaan ritus dan pelaksanaannya, frekuensi prosedur dan makna ritus penganut agama dalam kehidupan sehari-hari seperti penerapan rukunIslam, dzikir, sholat lima waktu dan lain-lain.
- e. Dimensi konsekuensi atau dimensi sosial (*consequential involvement*). Dimensi konsekuensi atau dimensi sosial yaitu meliputi segala implikasi sosial dari pelaksanaan ajaran agama, dimensi ini memberikan gambaran apakah efek ajaran agama terhadap etos kerja, hubungan interpersonal, kepedulian kepada penderitaan orang lain dan sebagainya.

C. PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu media sosial instagram sebagai variabel bebas (X) dan perilaku keberagaman Remaja sebagai variabel terikat (Y). Populasi dalam penelitian ini seluruh remaja yang sementara mengikuti pendidikan pada SLTA di Kecamatan Rilauale . sampel yang ditetapkan secara random sampling dan ditetapkan sebesar 30 orang dengan karakteristik memiliki akun instagram. Untuk mengetahui data yang sesuai dengan tujuan penelitian yang objektif, maka penulis menggunakan metode observasi dan metode kuesioner atau angket. Teknik dilengkai dengan observasi dan wawancara. Uji koefisien regresi linear sederhana digunakan peneliti untuk mengetahui sejauh mana hubungan atau pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas (X) yang dalam hal ini adalah media sosial *instagram* terhadap variabel terikat (Y) yang dalam hal ini adalah perilaku

Analisis Regresi Linear Sederhana dilakukan peneliti untuk mengetahui lebih jelas seberapa besar hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan cara memanipulasi nilainya. adapun hasil analisis uji regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		

Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	46.212	11.117		4.157	.000
	media s	.251	.119	.345	2.112	.042

a. Dependent Variable: prilaku keagamaan remaja

Berdasarkan hasil analisis data diatas dapat diperoleh bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 46,212 + 0,251X$$

Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai constant adalah 46,212 artinya jika pengaruh media sosial *instagram* 0 maka besarnya perilaku keagamaan remaja sebesar 46,212 apabila pengaruh media sosial *instagram* mengalami peningkatan 1% maka perilaku keagamaan remaja akan mengalami peningkatan sebesar 25,1%. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara pengaruh media sosial *instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja.

D. KESIMPULAN

Pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja di Kecamatan Rilau Ale, bahwa media sosial *instagram* berfungsi memberikan pengaruh kepada remaja rohis lewat penggunaan fitur-fitur yang disajikan, sehingga dengan adanya media sosial *Instagram* remaja dapat terpengaruh dalam perilaku sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai keislaman dengan memanfaatkan fitur *hashtag* (#) tidak hanya untuk menyebarkan foto dan video tentang keislaman tetapi untuk mencari atau mengakses berita-berita tentang keislaman di *instagram* seperti beribadah kepada Allah SWT, mengormati orang tua, tidak berlebihan dalam hal duniawi dan peduli terhadap sesama.

Remaja harus cerdas dalam penggunaan media sosial *instagram*, dengan berbagai macam fitur yang dapat digunakan jadikanlah *instagram* sebagai bahan dakwah. Sebagai seorang remaja harus faham terhadap peran dan fungsinya sebagai penerus bangsa yang bermoral terutama remaja. Remaja harus mampu mencerminkan nilai-nilai keislaman dalam berperilaku

dalam kegiatan sehari-hari, baik untuk diri sendiri maupun terhadap orang lain terutama orang tua dan sesama muslim, menjadi teladan untuk remaja, bahkan mampu mengajak mereka dalam kegiatan yang bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru”. Pekanbaru: Jom FISIP Volume 2 No 2.2015.
- Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung* .2016.
- Djamaluddin Ancok, Fuat Nashori Suroro, Psikologi Islam, (Yogyakarta: PustakaPelajar.1995.
- Kaplan, Andreas M, Haenlein, Michael. “Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media”. Business Horizons.2010.
- Mandoteck, “Pengaruh Media Sosial di Kalangan Remaja”, diakses dari <https://mandhoteck.wordpress.com/2016/02/21/makalah-tugas-bahasa-indonesia-pengaruh-media-sosial-di-kalangan-remaja/> pada tanggal 21 Februari 2016.
- Setiadi, elly M dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi Dan Pemecahnya* (Jakarta: Prenada Media Group.2011.