



HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP AKHLAK MAHASISWA

Misroji¹, Rahma Syafirah²

^{1,2}*Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta*

Email: misroji@gmail.com

Keywords

Intensity, Morality, Social Media, Online, Instagram

ABSTRACT

Accessing social media makes it easier for users to get information quickly, for example: Instagram, lots of information about positive and negative things on Instagram social media. The intensity of using social media is a picture of how long and how often a person uses social media so that characters are formed in communicating and interacting. Morals are an aspect that is very concerned about both in the world of education and social life, as STIDDI Al-Hikmah Jakarta students should use social media Instagram and other social media properly and correctly. The purpose of this study was to find out how big the relationship between the intensity of Instagram social media usage and the morals of STIDDI Al-Hikmah Jakarta students. This study used a quantitative research type. version 22 and Microsoft excel. Dadal analysis in this study used the normality test, simple linear regression test, correlation coefficient test, and coefficient of determination test. The results of this study indicate that H_0 is accepted, which means that there is no influence in the relationship between the intensity of the use of Instagram social media on the morals of STIDDI Al-Hikmah Jakarta students. It can also be seen in the Keofessen test of determination, where the R-square is 0.941 ± 0.05 , which means that H_0 is accepted and H_a is rejected, which states that there is no effect of the relationship between the two. The product moment correlation value shows -0.008 which means it is negative and has a strong level of relationship. which is very weak, because it gets a value of 0.00-0.199.

Kata Kunci:

Intensitas, Akhlak, Media Sosial, Online, Instagram,

ABSTRAK

Dengan mengakses media sosial memudahkan penggunanya mendapatkan informasi dengan cepat, seperti contohnya : Instagram, banyak informasi-informasi mengenai hal-hal positif maupun negatif di media sosial Instagram. Intensitas penggunaan media sosial merupakan gambaran seberapa lama dan seringnya seorang menggunakan media sosial tersebut sehingga terbentuklah karakter dalam berkomunikasi maupun berinteraksi. Akhlak merupakan aspek yang sangat diperhatikan baik dalam dunia pendidikan maupun kehidupan sosial, sebagai mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta patutnya memanfaatkan

media sosial Instagram maupun media sosial lainnya dengan baik dan benar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap akhlak Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel simple random sampling dengan rumus Slovin terdapat 85 responden. Pengolahan data dan data analisis menggunakan aplikasi SPSS versi 22 dan Microsoft excel. Analisis dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H_0 diterima, yang artinya tidak terdapat pengaruh dalam hubungan intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap akhlak Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta. Dapat juga dilihat pada uji keofesien determinasi, di mana R^2 sebesar $0,941 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menyatakan tidak ada pengaruh hubungan di antara keduanya. Nilai korelasi product moment menunjukkan hasil $-0,008$ yang berarti bernilai negatif dan memiliki tingkat kekuatan hubungan yang sangat lemah, karena mendapatkan nilai $0,00-0,199$.

A. Pendahuluan

Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat. Perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya.

Media sosial juga merupakan wadah yang mampu menciptakan bermacam bentuk komunikasi dan pemberian berbagai macam informasi bagi semua kalangan masyarakat. Dengan media sosial juga setiap individu dapat berkomunikasi dan berbagi informasi-informasi kepada semua kalangan masyarakat. Sebut saja seperti Facebook, Twitter, YouTube, Tiktok, instagram dan masih banyak lagi media sosial yang menawarkan kecanggihan-kecanggihan fitur dari setiap aplikasi mereka miliki demi menarik para peminat media sosial. Media sosial juga memiliki peran penting dalam proses pembentukan masyarakat yang lebih dewasa dan modern, manusia biasa yang saling membagi ide, bekerja sama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan komunitas.¹

Tercatat penggunaan internet di Indonesia pada awal 2023 sudah mencapai sudah mencapai 215 juta jiwa, berdasarkan laporan tersebut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mengungkapkan penetrasi internet di wilayah perkotaan dan pedesaan. Hasilnya, kebutuhan akan akses internet di desa lebih kencang dengan penetrasi di daerah

¹ Siti Makhmudah, *Mendsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*, ed. oleh Guepedia (The Frist On-Publisher in Indonesia, 2019).

sebesar 79,79% dan perkotaan hanya 77,36%. Bila dilihat secara gender, pengguna internet Indonesia kebanyakan itu laki-laki dengan 51,19% dan perempuan 48,81%. Begitu juga soal penetrasinya, kaum ada unggul 79,32% dan perempuan 77,36%.²

Secara umum adanya media internet khususnya media sosial berdampak terhadap perilaku remaja bukan hanya soal keagamaan saja melainkan juga tentang bagaimana mereka bergaul, bersikap serta dari cara berpenampilan yang kadang-kadang tidak sesuai dengan aturan-aturan fakultas. ketergantungan penggunaan media sosial ini tidak dapat di pisahkan, karena banyak para pengguna sudah terbiasa dengan adanya media sosial, sudah menjadi hal yang biasa bagi kalangan masyarakat, bahkan menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Baik bagi pekerja, mahasiswa, masyarakat, bahkan remaja dan anak sekolah pun juga menggunakan media sosial sebagai informasi yang akurat dalam mencari data-data yang dibutuhkan.

Penggunaan Gadget atau handphone yang berlebihan akan berdampak buruk terhadap perkembangan sosial dan emosi. Selain itu sikap-sikap atau perilaku menjadi agresif, komunikasi antara anak dan orang tua menjadi tidak baik, ini disebabkan adanya berlebihan bermain media sosial dan melihat konten atau video yang kurang baik.³

Meskipun media sosial memiliki dampak negatif bagi penggunanya, tetapi ada beberapa pengguna media sosial yang menggunakan aplikasi seperti, Tiktok maupun Instagram sebagai media hal positif seperti dakwah. Dakwah adalah suatu penyampaian atau ajakan yang menyerukan kepada masyarakat untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama secara sadar, sehingga membangkitkan dan mengembalikan kepada yang fitri, dan hidup bahagia dunia dan akhirat. Hakikat yang terpenting adalah mempercayai bahwa Allah SWT hanya satu, hukum dakwah adalah wajib a'in yaitu wajib bagi muslim berdakwah sesuai dengan apa yang mereka ketahui.⁴ Allah SWT memerintahkan umat muslim untuk berdakwah, terdapat dalam surah, an-Nahl ayat 125:

Pada prinsipnya dakwah merupakan aktivitas yang mengubah sasaran dakwah agar mengikuti dan menjalankan ajaran Islam. Pemanfaatan penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah, sudah dilakukan oleh para pendakwah di Indonesia, seperti akun-akun

² Agus Tri Haryanto, "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta pada 2023," kompas.com, 2023, <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all>.

³ Putri Miranti dan Lili Dasa Putri, "Waspada! Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Perkembangan Sosial Anak Usia Dini," *Jendela PLS* 6, no. 1 (2021): 58–66, <https://doi.org/10.37058/jpls.v6i1.3205>.

⁴ Budihardjo, "Konsep Dakwah Dalam Islam," *Suhuf* 19, no. 2 (2007): 89.

dakwah yang terdapat di Instagram maupun media sosial lainnya. Media sosial Instagram memungkinkan para pengguna untuk menjangkau target audiens dari berbagai kalangan dan wilayah, inilah yang membuat para pendakwah memanfaatkan media tersebut sebagai sarana dakwah.⁵

Sebagai Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperbaiki diri maupun sebagai sarana menyebarkan dakwah melalui media sosial adalah hal yang sangat mudah dan cepat. Walaupun sebenarnya tidak sedikit yang menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan semata, tetapi dengan media sosial Mahasiswa mengetahui beberapa informasi secara cepat dan instan.

Instagram juga merupakan salah satu media yang dimanfaatkan Mahasiswa dan khalayak umum, untuk mengikuti perkembangan zaman, perkembangan umat dan budaya umat. Ketika melihat situasi dan kondisi Mahasiswa, ternyata Instagram begitu akrab dengan aktivitas keseharian Mahasiswa, tidak sedikit yang setiap harinya membuka Instagram.⁶ Berkembangnya media sosial sebagai sarana memberikan informasi dan komunikasi juga menjadi gaya hidup bagi penggunanya, berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, Mahasiswa berlomba-lomba untuk menggunakan hanphone yang canggih dengan fitur-fitur yang lebih tinggi agar dapat menggunakan media sosial dengan kualitas gambar yang lebih baik.⁷

Ini merupakan ciri-ciri pengaruh dari media sosial yang mengubah pola gaya hidup Mahasiswa dalam menggunakan gadget atau handphone, ini juga berpengaruh terhadap sikap atau perilaku akhlak Mahasiswa itu sendiri dalam menggunakan media sosial. Akhlak sendiri merupakan watak atau karakter yang melekat pada diri seorang dan bersifat spontan, akhlak juga di sebut sebagai moral, yaitu norma-norma yang mengatur perilaku manusia berdasarkan hal-hal tertentu. Akhlak sendiri terbagi menjadi dua macam : ada akhlak baik (*Al-khuluq al-hasan*) dan akhlak yang buruk (*Al-khuluq assya'i*) maka haruslah seorang itu berubah dan meninggalkan nafsu syahwat.⁸ Akhlak sendiri terbentuk karena

⁵ Chiska Nova Harsela S.TP, *Dakwah Era 4.0 Strategi Optimalisasi Instagram Menjadi Media Dakwah Yang Inovatif & Inspiratif*, (CV. Green Publisher Indonesia, 2023), h.37.

⁶ Yosieana Duli Deslima, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung," *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus* 7, no. 1 (2020): 21, <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>.

⁷ Drakel. Wahyuni Januarti, Maria Heny Pratikno, dan Titiek Mulianti, "Perilaku Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial di Universitas Sam Ratulangi Manado," *Journal Unair*, no. 21 (2018): 1–20.

⁸ Syamsul Rizal Mz, "Akhlak Islami Perspektif Ulama Salaf," *Edukasi Islami : Jurnal Pendidikan Islam* 7, no. 01 (2018): 67, <https://doi.org/10.30868/ei.v7i01.212>.

perubahan yang di lakukan pada perilaku yang di lakukan pada diri sendiri maka dengan itu hendaklah Mahasiswa menggunakan media sosial dalam kebaikan dan memanfaatkan dengan benar.

Dengan ini peneliti tertarik untuk melihat sejauh manakah hubungan intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap akhlak mahasiswa selama penggunaan media sosial di lakukan, oleh karena itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat terdapat hubungan intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap akhlak Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta?

B. Metode Penelitian

1. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan dalam permasalahan maka perlu dijelaskan definisi operasional dari masing-masing variabel. Variabel independen (bebas) atau yang sering disebut X adalah variabel yang mempengaruhi terjadinya perubahan pada variabel dependen. Variabel dependen (terikat) atau yang sering disebut variabel Y adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas)⁹. Dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti:

Variabel X dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial *instagram*. Intensitas disini ialah tindakan yang dilakukan seseorang secara terus-menerus pada kurun waktu yang cukup lama untuk mendapatkan tujuan tertentu. Intensitas dalam hal ini mengacu kepada aspek-aspek intensitas yang dikemukakan oleh Ajzen: perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi.

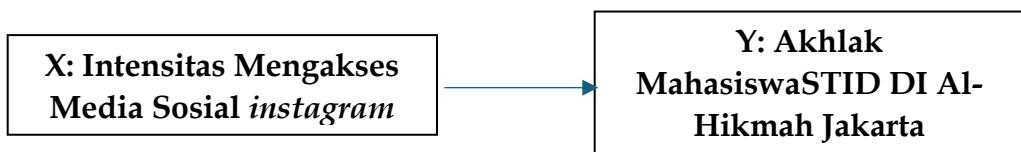
Variabel Y dalam penelitian ini adalah akhlak Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta. Dengan mengacu kepada skor skala akhlak Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta yang terdiri dari ruang lingkup akhlak, yaitu akhlak kepada Allah SWT, akhlak kepada sesama manusia (akhlak kepada orang tua, akhlak kepada tetangga), dan akhlak kepada alam semesta.

2. Kerangka Konsep

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat di gambarkan dalam sebuah bagan yang tersaji pada gambar 1.2.1

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cet. 3 (Bandung: Alfabeta, 2021):36.

Gambar 2.1 Kerangka Konsep



3. Populasi dan Sampel penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah 578 Mahasiswa STID DI Al-Hikmah Jakarta. Sedangkan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STID DI Al-Hikmah angkatan 63 sampai 69. Adapun metode yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel adalah teknik *simple random sampling* atau acak sederhana, merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel ditentukan secara acak tanpa memperhatikan stara yang ada dalam populasi itu¹⁰. Untuk mempermudah peneliti memperoleh besarnya jumlah sampel, maka peneliti menggunakan perhitungan dengan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Nilai Presisi (10%)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{578}{((578) \times (0,1))^2 + 1}$$

$$n = \frac{578}{6,78} \quad n = 85,25 \text{ dibulatkan (85)}$$

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan batas kesalahan besar 10%. Dari perhitungan rumus slovin, maka diperoleh jumlah sampel penelitian yang digunakan yaitu berjumlah 85 Mahasiswa STID DI Al-Hikmah Jakarta.

4. Metode Pengumpulan Data

Agar data yang dikumpulkan baik dan benar, maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penyebaran angket atau kuisioner. Jenis angket yang digunakan angket tertutup. Angket yang digunakan merupakan angket secara berstruktur disamping

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung, Alfabeta,2019)h:118.

terdapat pertanyaan pokok atau umum, juga terdapat anak pertanyaan atau sub pertanyaan¹¹.

5. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk pengumpulan data. Instrumen penelitian sangat erat kaitannya dengan teknik pengumpulan data¹². Dalam penelitian ini menggunakan Instrumen penelitian yaitu Skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang dan kelompok tentang fenomenal. Adapun skala likert akan mengukur variabel yang dijabarkan menjadi indikator variabel. Sehingga indikator tersebut jadi indikator variabel untuk menyusun item-item instrumen dengan berupa pertanyaan atau pernyataan. Bentuk pertanyaan skala likert lima alternatif pertanyaan positif dan pertanyaan negatif, berikut bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2.2 Skala Pengukuran

Positif		Negatif	
Sangat setuju	5	Sangat setuju	1
setuju	4	Setuju	2
Cukup setuju	3	Cukup setuju	3
Tidak setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat Tidak setuju	1	Sangat Tidak setuju	5

Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek, maka semakin baik akhlak Mahasiswa, semakin rendah skor yang diperoleh subjek maka semakin buruk akhlak Mahasiswa

6. Uji Validitas dan Reabilitas Data

Validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen dapat mengukur apa yang di ukur. validitas merupakan tes sebagai instrumen penelitian atau alat pengumpulan data yang dikatakan valid jika tes tersebut bersifat benar¹³. Pada validitas penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan *software* IMB *SPSS* versi 22 pada tingkat signifikan 5% (0,05).

Uji validitas dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan nilai *r* tabel untuk *degree of freedom* (df)=n-2, dalam hal ini adalah jumlah sampel. Jika *r* hitung lebih besar dari *r* tabel

¹¹ Ibid.

¹² Ibid.

¹³ Erwin Widiasworo, *Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi Dan Tesis*, cet 1 (Yogyakarta: Araska, 2019):85.

dan nilai positif maka butir indikator dinyatakan valid. Untuk menentukan nilai-nilai item valid dan yang gugur ,maka perlu konsultasi dengan tabel r ,berikut merupakan penilaian uji validitas:

Jika r hitung $>$ r tabel (pada signifikan 0,05 atau 5%) maka kuensioner dinyatakan valid.

Jika r hitung $<$ r tabel (pada signifikan 0,05 atau 5%) maka kuensioner dinyatakan tidak valid.

Dalam uji validitas instrumen penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi *software* IBM *SPSS* versi 22, yang bertujuan untuk mengetahui setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden dinyatakan valid. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah membandingkan r -hitung dan r -tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan jumlah sampel 85 Mahasiswa($n = 85$) sehingga menjadi $(n-2)$ yaitu $85-2 = 83$. Oleh karena itu, nilai r -tabel (0,05;83) sebesar 0,213. Adapun hasil uji validitas variabel X dan Y, sebagai berikut:

Tabel 2.3 Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel X	R hitung	R tabel	Kesimpulan
1	0,467	0,213	Valid
2	0,765	0,213	Valid
3	0,486	0,213	Valid
4	0,423	0,213	Valid
5	0,518	0,213	Valid
6	0,258	0,213	Valid
7	0,537	0,213	Valid
8	0,677	0,213	Valid
9	0,660	0,213	Valid
10	0,738	0,213	Valid
11	0,662	0,213	Valid

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, item-item pernyataan kuesioner mengenai hubungan intensitas penggunaan (X) sebagai independen variabel (variabel bebas) yang diperoleh dari hasil uji validitas dengan nilai rata-rata lebih besar dari r -tabel, yaitu terdapat 11 item pernyataan dinyatakan valid dan tidak ada yang dieliminasi(dihilangkan)

Tabel 2.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel Y	R tabel	R hitung	R tabel
1	0,097	0,213	Tidak Valid
2	0,617	0,213	Valid
3	0,558	0,213	Valid
4	0,511	0,213	Valid
5	0,432	0,213	Valid
6	0,297	0,213	Valid
7	0,530	0,213	Valid
8	0,454	0,213	Valid
9	0,616	0,213	Valid
10	0,506	0,213	Valid
11	0,298	0,213	Valid
12	0,464	0,213	Valid
13	0,466	0,213	Valid
14	0,539	0,213	Valid
15	0,416	0,213	Valid
16	0,601	0,213	Valid
17	0,497	0,213	Valid
18	0,543	0,213	Valid

Sedangkan, berdasarkan tabel 3.3 di atas, item-item pernyataan kuesioner mengenai akhlak Mahasiswa(Y) sebagai dependen variabel (variabel terikat) yang diperoleh dari hasil uji validitas dengan nilai-nilai lebih besar dari r-tabel, yaitu terdapat 18 butir pernyataan, 17 dinyatakan valid dan 1 tidak valid yang dieliminasi (dihilangkan). Maka yang akan diuji 17 pernyataan kepada 85 responden Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta.

Uji reliabilitas adalah suatu nilai untuk mengukur reliabilitas instrumen yang mana alat ukur yang akan digunakan dapat dipercaya atau konsisten jawaban seseorang pada tiap butir pertanyaan. Pada penelitian peneliti menggunakan *Cronbach Alpha* dengan menggunakan *software* IMB SPSS versi 22. Jika koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* telah dihitung (*r*). Kemudian nilai dibandingkan dengan kerteria koefisien reliabilitas *Alpha*

Cronbach untuk instrumen variabel. Maka berikut tingkat reliabilitas *cronbach Alpha* dalam penelitian ini:

Tabel 2.5 tingkat reliabilitas berdasarkan nilai *Cronbach Alpha*

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 - 0,40	Sedikit Reliabel
>0,40 -0,60	Cukup Reliabel
>0,60 - 0,80	Reliabel
>0,80 - 1,00	Sangat Reliabel

Tabel 2.6 hasil uji reliabilitas variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	11

Tabel 2.7 hasil uji reliabilitas variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,792	17

Berdasarkan tabel 3.5 dan tabel 3.6 di atas, dapat disimpulkan bahwa *Cronbach Alpha* sebesar 0,783 dari 11 butir pernyataan (variabel X) , sedangkan 0,792 dari 17 butir pernyataan (variabel Y), dan dapat diketahui *Cronbach's Alpha* dari keduanya dikatakan reliabel, karna diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* >0,60.

7. Metode Analisis Data

Setelah semua data terkumpul maka selanjutnya data akan dapat diolah dan di analisis agar lebih mudah di mengerti dan diinterpretasikan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *software* IMB *SPSS* versi 22. Adapun teknik analisisnya sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi itu normal atau tidak. Data yang digunakan uji statistik parametrik. Sedangkan jika data yang tidak berdistribusi dengan normal, maka digunakan uji non parametrik. Kriteria pengujian diambil berdasarkan nilai probabilitas dan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Pada kolom sig(signifikansi) yaitu jika signifikansi kurang dari 0,05, maka kesimpulan data tidak berdistribusi normal. Namun sebaliknya jika signifikansi lebih dari 0,5, maka data distribusi normal¹⁴.

2) Regresi Linear sederhana

Regresi Linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel atau hubungan secara linear antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Tujuannya adalah untuk mengetahui besar pengaruh hubungan intensitas penggunaan Media Sosial dan akhlak Mahasiswa STID DI Al-Hikmah, berikut rumus regresi linear sederhana:

$$Y = a + b \cdot X$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Akhlak Mahasiswa)

X = Variabel Bebas (Intensitas)

a&b = kostanta

Berdasarkan

3) Koefesien Korelasi

Koefesien korelasi adalah suatu bentuk analisis data dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau bentuk arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y dengan bentuk data interval atau rasio untuk mengetahui kekuatan hubungan antara kedua variabel yaitu dengan cara menginterpretasikan nilai yang diperoleh, nilai korelasi berada diantara -1 dan 1 sedangkan arah dapat dinyatakan dengan bentuk (+) dan (-).

Tabel 2.8 Tingkat korelasi dan kekuatan hubungan

No.	Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,00 - 0,199	Sangat lemah

¹⁴ Syofian Siregar, *Statistika parametrik untuk penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan SPSS Versi 17* (jakarta: Bumi Aksara, 2013)h:167.

2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 0,100	Sangat kuat

4) Koefesien Determinasi

Koefesien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)¹⁵.

Rumus :

$$KD = (r^2) \times 100\%$$

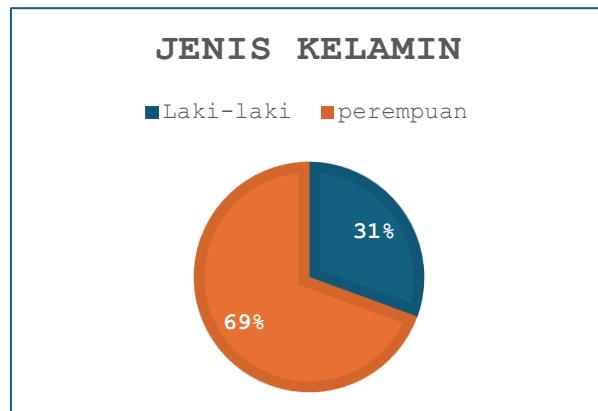
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Deskripsi Data Responden

Pada sub bab ini peneliti melakukan penelitian menggunakan angket kemudian disebarluaskan kepada responden. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisioner kepada 85 responden yang berisikan 28 butir pertanyaan terkait hubungan intensitas penggunaan media sosial *instagram* terhadap akhlak Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta. Pada penelitian ini Mahasiswa STIDDI Al Hikmah sebagai responden. Dari kuisioner yang telah diperoleh, peneliti mendapatkan 85 responden dengan data indetitas. Berikut data responden yang terdiri dari, jenis kelamin, tahun kelahiran, angkatan, dan mempunyai akun *Instagram*:

a. Jenis kelamin

Responden pada jenis kelamin dapat dilihat pada gambar diagaram lingkaran berikut:



¹⁵ Syofian Siregar, *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*, Cet.1 (Jakarta: Kencana, 2015)h:202.

Gambar 3.1 diagram jenis kelamin responden

Berdasarkan diagram 4.1 di atas, maka dapat diketahui tingkat persentase responden berdasarkan jenis kelamin yaitu, yang berjenis kelamin perempuan sebesar 69% sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki 31%. Untuk lebih memperjelas dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 data responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	26 orang	31%
2	Perempuan	59 orang	69%
	Jumlah	85 orang	100%

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel di atas, terlihat bahwa responden perempuan sebanyak 59 orang sedangkan yang laki-laki sebanyak 26 orang. Dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan merupakan responden paling dominan dalam penelitian ini, sedangkan responden laki-laki merupakan responden paling sedikit dalam penelitian ini.

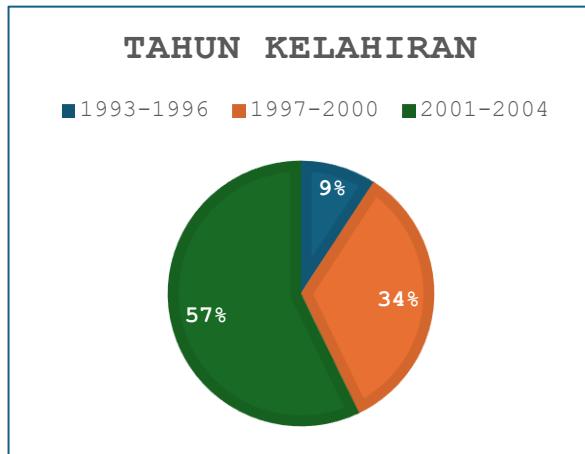
b. Tahun usia

Responden berdasarkan tahun usia dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.3 data responden berdasarkan tahun kelahiran

No.	Tahun Kelahiran	Jumlah Responden	Persentase
1	1993 – 1996	4 orang	9%
2	1997 – 2000	30 orang	34%
3	2001 - 2004	51 orang	57%
	Jumlah	85 orang	100%

Berdasarkan karakteristik tahun kelahiran responden pada tabel 4.3 di atas, terlihat bahwa tahun kelahiran 1993-1996 sebanyak 4 orang, 1997-2000 sebanyak 30 orang, sedangkan 2001-2004 sebanyak 51 orang. Untuk lebih jelas bisa dilihat pada diagram lingkaran berikut:



Gambar 3.2 diagram tahun kelahiran responden

Berdasarkan diagram 4.4 di atas dapat di lihat bahwa tingkat persentase tahun kelahiran responden yaitu 1993-1996 sebesar 9%, 1997-2000 sebesar 34%, sedangkan 2001-2004 sebesar 57%. Dapat disimpulkan bahwa tahun kelahiran responden yang paling dominan pada penelitian ini yaitu 2001-2004 sebanyak 51 orang atau 57%.

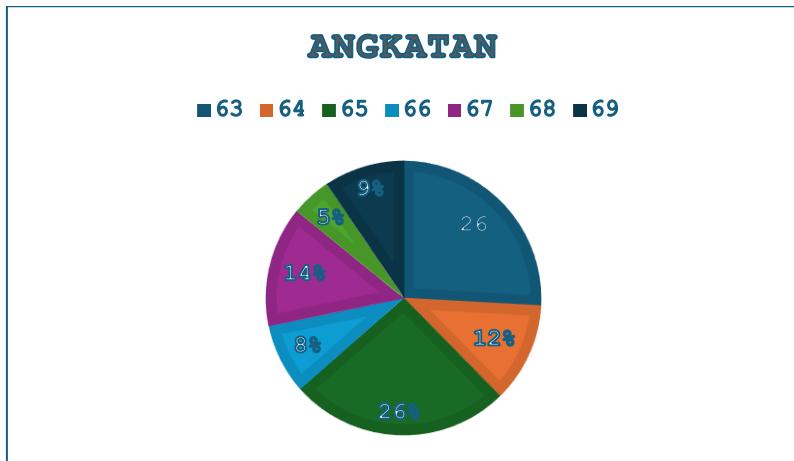
c. Angkatan

Responden berdasarkan angkatan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.4 data responden berdasarkan angkatan

No.	Angkatan	Jumlah Responden	Persentase
1	63	22 orang	26%
2	64	10 orang	12%
3	65	22 orang	26%
4	66	7 orang	8%
5	67	12 orang	14%
6	68	4 orang	5%
7	69	8 orang	9%
	Jumlah	85 orang	100%

Berdasarkan karakteristik angkatan responden pada tabel 4.5 di atas, terlihat bahwa angkatan 63 sebanyak 22 orang, angkatan 64 sebanyak 10 orang, angkatan 65 sebanyak 22 orang, angkatan 66 sebanyak 7 orang, angkatan 67 sebanyak 12 orang, angkatan 68 sebanyak 4 orang, angkatan 69 sebanyak 8 orang. Untuk memperjelas bisa dilihat pada diagram lingkaran berikut :

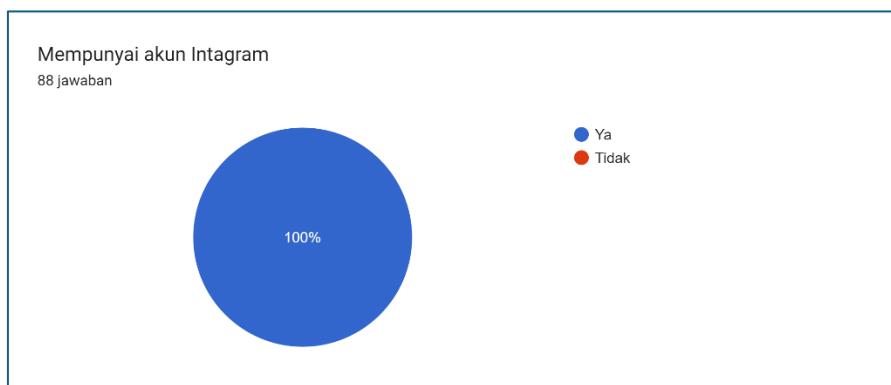


Gambar 3.3 diagram angkatan responden

Berdasarkan diagram 4.6 di atas dapat dilihat bahwa tingkat persentase angkatan responden yaitu angkatan 63 sebesar 26%, angkatan 64 sebesar 12%, angkatan 65 sebesar 26%, angkatan 66 sebesar 8%, angkatan 67 sebesar 14%, angkatan 68 sebesar 5%, sedangkan angkatan 69 sebesar 9%. Dapat disimpulkan bahwa angkatan responden yang paling dominan adalah angkatan 63 dan 65.

d. Mempunyai akun *Instagram*

Responden berdasarkan kepemilikan akun *Instagram* ditunjukkan pada diagram lingkaran berikut:



Gambar 3.4 diagram kepemilikan akun Instagram responden

Berdasarkan diagram lingkaran di atas dapat dilihat bahwa tingkat persentase pada kepemilikan akun *Instagram* sebesar 100%. Maka dapat disimpulkan bahwa 85 responden semua memiliki akun *Instagram*.

2. Hubungan dan Besar Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi dapat berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas yang digunakan menggunakan bantuan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* sebagai berikut:

Tabel 3.5 Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}		Mean .0000000
Most Extreme Differences	Std.	7.43581143
	Deviation	
	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.061
	Test Statistic	.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan tabel 4.35 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,085 dengan nilai alpha 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha sehingga dapat disimpulkan bahwa data distribusi normal.

b. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut tabel perhitungan konstanta regresi linear sederhana:

Tabel 3.6 Output Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	67.988	4.358		15.602	.000
	Intensitas	-.009	.120	-.008	-.074	.941

a. Dependent Variable: Akhlak

Berdasarkan tabel output 4.36 dapat diketahui bahwa nilai constant (a) sebesar 67,988 dan nilai variabel intensitas penggunaan (keofesien regresi) sebesar -0,009 sehingga muncul persamaan regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = a + b x$$

$$Y = 67,988 - 0,009x$$

Sehingga hasil yang telah dilakukan menghasilkan sesuatu persamaan yang menunjukkan hasil besarnya nilai X yang merupakan regresi yang diestimasikan. Nilai konstanta(a) sebesar 67,988 artinya apabila variabel bebas (variabel X) dalam konstanta 0, maka akhlak Mahasiswa(variabel Y) nilainya sebesar 67,98%, b (keofesien regresi) sebesar -0,009 artinya setiap kenaikan satu variabel X maka nilai variabel Y akan berkurang 0,009. Tanda (-) pada keofesien regresi menunjukkan adanya pengaruh negatif variabel X terhadap variabel Y yang di dasarkan oleh perubahan variabel X. Adapun pengambilan keputusan, sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 4.36 dapat diketahui bahwa signifikansi sebesar $0,941 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial *Instagram* (X) tidak berpengaruh terhadap akhlak Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta.

c. Uji Keofesien Korelasi

Uji keofesien pada penelitian ini bertujuan untuk mencari arah dan kekuatan hubungan variabel bebas (X) yaitu intensitas mengakses Media Sosial *Instagram* dan variabel (Y) yaitu Akhlak Mahasiswa Adapun uji korelasi, sebagai berikut:

Tabel 3.7 Output Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		Intensitas	Akhhlak
Intensitas	Pearson Correlation	1	-.008
	Sig. (2-tailed)		.941
	N	85	85
Akhhlak	Pearson Correlation	-.008	1
	Sig. (2-tailed)	.941	
	N	85	85

Pada tabel hasil uji koefisien korelasi di atas telah terlihat bahwa nilai signifikansi antara intensitas penggunaan Media Sosial *Instagram* (X) terhadap Akhlak Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah (Y) adalah $0,941 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menyatakan tidak ada pengaruh hubungan di antara keduanya. Nilai korelasi *product moment* menunjukkan hasil -0,008 yang berarti bernilai negatif dan memiliki tingkat kekuatan hubungan yang sangat lemah, karena mendapatkan nilai 0,00-0,199.

d. Uji Keofesien Determinasi

Tabel 3.8 Output Uji Keofesien Determinasi

Model Summary				
Mo del	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.008 ^a	.000	-.012	7.480
a. Predictors: (Constant), Intensitas				

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai keofesien determinasi (R^2) sebesar 0,000 menunjukkan bahwa kontribusi variabel intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap akhlak Mahasiswa sebesar 0,00% sedangkan sisanya 100% merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Penutup

Kesimpulan yang didapat dari penelitian intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap akhlak Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta adalah sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh intensitas penggunaan media sosial *Instagram* terhadap akhlak Mahasiswa STIDDI Al-Hikmah Jakarta. Hal tersebut berdasarkan dari uji regresi linear sederhana yang di peroleh $Y = 67,988 - 0,009x$. Sehingga hasil yang telah dilakukan menghasilkan sesuatu persamaan yang menunjukkan hasil besarnya nilai X yang merupakan regresi yang diestimasikan. Nilai konstanta (a) sebesar 67,988 artinya apabila variabel bebas (variabel X) dalam konstanta 0, maka akhlak Mahasiswa (variabel Y) nilainya sebesar 67,98%, b (keofesien regresi) sebesar -0,009 artinya setiap kenaikan satu variabel X maka nilai variabel Y akan berkurang 0,009. Tanda (-) pada keofesien regresi menunjukkan adanya pengaruh negatif variabel X terhadap variabel Y yang di dasarkan oleh perubahan variabel X.

2. Dapat juga dilihat pada uji keofesien determinasi, di mana R-square sebesar 0,941 > 0,05 yang berarti Ho diterima dan Ha ditolak, yang menyatakan tidak ada pengaruh hubungan di antara keduanya. Nilai korelasi product moment menunjukkan hasil -0,008 yang berarti bernilai negatif dan memiliki tingkat kekuatan hubungan yang sangat lemah, karena mendapatkan nilai 0,00-0,199.

Daftar Pustaka

Buku

- Al-Qardhawi, Syaikh Yusuf. *Akhhlak Islam*. Diedit oleh Achmad Zirzis. Cetakan Pe. Pustaka Al- Kautsar, 2017.
- Aminudin,H. dan Harjan Syuhada. *Akidah Akhlak Madrasah Aliyah Kelas X*. Jakarta: Bumi Aksara, 2019.
- Budihardjo. "Konsep Dakwah Dalam Islam." *Suhuf* 19, no. 2 (2007).
- Chaplin, J.P. *kamus Lengkap psikologi*. Raja perindo persada, 2002.
- Harsela, Chiska Nova S.TP. *Dakwah Era 4.0 Strategi Optimalisasi Instagram Menjadi Media Dakwah Yang Inovatif & Inspiratif*. CV. Green Publisher Indonesia, 2023.
- Makhmudah, Siti. *Mendsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*. Guepedia. The Frist On-Publisher in Indonesia, 2019.
- Prasetyo, Ari. *Ekonomi Islam Perspektif Filsafat & Ilmu Pengetahuan*. Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2021.
- Saifuddin, Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. pustaka pelajar, 2015.
- Siregar, Syofian. *Statiska Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Cet.1. Jakarta: Kencana, 2015.
— . *Statistika parametik untuk penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan SPSS Versi 17*. jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitaian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
— . *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
— . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cet. 3. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Widiasworo, Erwin. *Menyusun Penelitian Kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Araska, 2019.
— . *Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Araska, 2019.
— . *Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi Dan Tesis*. Cet 1. Yogyakarta:2019.

Tim Penulis STIDDI Al-Hikmah. *Buku Pedoman Penelitian Skripsi*. Cet. 3. Jakarta, 2019.

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk kementerian perdagangan, RI*. pusat humas perdagangan RI, 2014.

Skripsi

Aditiawan, Aji Restu. "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Akhlak Peserta Didik Kelas XI SMA Negeri Sidrap," 2015.

Khasanah, Isnaini Nur. "Hubungan Intensitas Mengakses Konten Islam di Media Sosial Dengan Akhlak Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam IAIN Surakarta Tahun Akademik 2020/2021," 2021.

Muhlisoh. "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram Dakwah @Nunuzoo Terhadap Sikap Keagamaan," 2022.

Endah Rahmawati. "Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Akun Tiktok Dengan Religiusitas Siswa MAN 02 Kota Bengkulu," 2022

Jurnal

Al-aziz, Asma Abidah. "Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Depresi pada Mahasiswa." *Acta Psychologia* 2, no. 2 (2020): 92-107. <https://doi.org/10.21831/ap.v2i2.35100>.

Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia." *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan P'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan P* 9, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>.

Yosieana Duli Deslima. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung." *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus* 7, no. 1 (2020). <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>.

Habibah, Syafirah. "Akhlak Dan Etika Dalam Islam." *Jurnal Pesona Dasar* 1, no. 4 (2015).

Jannah, Miftakhul. "Studi Komparasi Akhlak Terhadap Sesama Manusia Antara Siswa Fullday School Dengan Siswa Boarding School di Kelas XI SMA IT Abu Bakar Yogyakarta." *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah* 3, no. 2 (2018). [https://doi.org/10.25299/althariqah.2018.vol3\(2\).2216](https://doi.org/10.25299/althariqah.2018.vol3(2).2216).

Januarti, Drakel. Wahyuni, Maria Heny Pratikno, dan Titiek Mulianti. "Perilaku Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial di Universitas Sam Ratulangi Manado." *Journal Unair*, no. 21 (2018).

Kurniawan, Drahat Edy. "Pengaruh Intensitas Bermain Game Online Terhadap Perilaku Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Universitas PGRI Yogyakarta." *Jurnal Koseling Gusjigang* 3, no. 1 (2017). <http://jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang/article/download/1120/1071>.

Larasati, Dewi, dan Sunarto. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya Terhadap Tingkat Perilaku Cyberbullying." *Jurnal ilmu komunikasi* 53, no. 9 (2013).

Liedfray, Tongkotow, Fonny J Waani, dan Jouke J Lasut. "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara." *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022).

Mahendra, Bimo. "Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram." *Jurnal Visi Komunikasi* 16, no. 01 (2017). www.frans.co.id.

Miranti, Putri, dan Lili Dasa Putri. "Waspadai Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Perkembangan Sosial Anak Usia Dini." *Jendela PLS* 6, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.37058/jpls.v6i1.3205>.

Munirah, Munirah. "Akhlak Dalam Perpektif Pendidikan Islam Morals in Perspective Islam Education." *AULADUNA: Jurnal Pendidikan Dasar Islam* 4, no. 2 (2017).

Mz, Syamsul Rizal. "Akhlak Islami Perspektif Ulama Salaf." *Edukasi Islami : Jurnal Pendidikan Islam* 7, no. 01 (2018). <https://doi.org/10.30868/ei.v7i01.212>.

Nurhayati. "Akhlak Dan Hubungannya Dengan Aqidah Dalam Islam." *Jurnal Muddarisuna* 4, no. 2 (2014). <https://news.detik.com/berita/d-5205206/pengertian-akhlak-dan-pandangannya-dalam-islam>.

Puspitarini, Dinda Sekar, dan Reni Nuraeni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)." *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>.

Sahnani, Ahmad. "Konsep Akhlak dalam Islam dan Kontribusinya Terhadap Konseptualisasi Pendidikan Dasar Islam." *AR-RIAYAH : Jurnal Pendidikan Dasar* 2, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.29240/jpd.v2i2.658>.

Supratman, Lucy Pujasari. "Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (2018): 47-60. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>.

Suryadarma, Yoke, dan Ahmad Hifdzil Haq. "Pendidikan Akhlak Menurut Imam Al-

Windarwati, Heni Dwi, Rachel Victoriana Raharjo, dan Muladefi Choiriyah. “ Penghayatan ' Merupakan Parameter Tertinggi Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Remaja Sma.” *Jurnal Keperawatan Jiwa* 8, no. 3 (2020).

Internet

Haryanto, Agus Tri. “Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta pada 2023.” kompas.com, 2023.

<https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all>.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Pusat Bahasa Departemen pendidikan Nasional,2008) di akses pada tanggal 17 september 2022 <https://kbbi.web.id/intensitas>.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Pusat Bahasa Departemen pendidikan Nasional,2008) di <https://kbbi.web.id/intensitas>. akses pada tanggal 18 september 2022.