

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemahaman Akhlak pada Mahasiswa PAI Angkatan 2021 di Universitas Ibn Khaldun Bogor

Intan Nurmala Rahmatillah¹, Indriya Rusmana², Andestend³

Universitas Ibn Khaldun Bogor

intannr1309@gmail.com,¹ indriya.rusmana2@gmail.com,² andestend@gmail.com,³

ABSTRACT

Understanding morals is one of the important components that students must have in an effort to deepen their knowledge and values of Islamic teachings as the basis of a Muslim's knowledge. There are two factors that can influence each individual's understanding of morals, namely internal factors and external factors. Internal factors come from within students such as thought patterns, attitudes and self-motivation. Meanwhile, external factors include family, school, social environment and social media. Support for achieving understanding of student morals through the social media Instagram can be obtained if students have the ability to act and behave critically, carefully, wisely, think objectively and appreciate the diversity of Islamic information obtained. This research aims to find out whether there is an influence of the use of Instagram media on students' understanding of Islam at Ibn Khaldun University, Bogor. The research method used is a quantitative method. The data collection techniques used were questionnaires and documentation. The analysis technique used by researchers is an inferential statistical analysis technique with an analysis stage in the form of an analysis prerequisite test stage consisting of a normality test and linearity test, hypothesis testing consisting of a simple linear regression analysis test and a t test with the help of the SPSS version 27 application. Results from Research shows that there is an influence of the use of social media on the understanding of morals of PAI students class of 2021 at Ibn Khaldun University, Bogor. The magnitude of the influence that social media has on Islamic understanding shows a figure of 17.9%. Social media has an influence in shaping students' understanding and behavior regarding morals. Students who have good personalities and are not easily influenced by anything can determine their understanding of the information received via Instagram social media.

Keywords: Instagram, Moral Understanding, Students

ABSTRAK

Pemahaman akhlak menjadi salah satu komponen penting yang harus dimiliki oleh mahasiswa dalam upaya memperdalam pengetahuan dan nilai-nilai ajaran Islam sebagai dasar pengetahuan seorang muslim. Terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi pemahaman akhlak setiap individu, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri mahasiswa seperti pola pikir, sikap dan motivasi diri. Sedangkan faktor eksternal meliputi keluarga, sekolah, lingkungan sosial dan media sosial. Pendukung tercapainya pemahaman akhlak mahasiswa melalui media sosial Instagram bisa didapatkan apabila mahasiswa memiliki kemampuan dalam bersikap dan berperilaku kritis, cermat, bijak, berfikir objektif dan menghargai keberagaman terhadap informasi keislaman yang didapatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan media Instagram terhadap pemahaman keislaman Mahasiswa di Universitas Ibn

Khaldun Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dan dokumentasi. Adapun teknik analisis yang digunakan peneliti yaitu teknik analisis statistik inferensial dengan tahap analisis berupa tahap uji prasyarat analisis yang terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas, uji hipotesis yang terdiri dari uji analisis regresi linear sederhana dan uji t dengan bantuan aplikasi SPSS versi 27. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemahaman akhlak mahasiswa PAI angkatan 2021 di Universitas Ibn Khaldun Bogor. Besar pengaruh yang ditimbulkan media sosial terhadap pemahaman keislaman menunjukkan angka 17,9%. Media sosial berpengaruh dalam membentuk pemahaman dan perilaku mahasiswa mengenai akhlak. Mahasiswa yang memiliki kepribadian baik dan tidak mudah terpengaruh oleh hal apapun dapat menentukan pemahaman mereka terhadap informasi yang diterima melalui media sosial Instagram.

Kata kunci: Instragram, Pemahaman Akhlak, Mahasiswa.

PENDAHULUAN

Era globalisasi sekarang ini kebutuhan untuk berinteraksi menjadi semakin meningkat. Penemuan teknologi informasi seperti internet yang berkembang secara cepat dapat merubah bentuk interaksi sosial masyarakat, (Nainggolan, Rondanuwu, & Waleleng, 2018). Media sosial memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengetahui berbagai macam informasi yang ada di seluruh dunia dengan cepat, sehingga media sosial dianggap penting. Selain untuk menyebarkan informasi media sosial juga dapat digunakan untuk kegiatan komunikasi. Instagram menjadi salah satu media sosial dalam penyebaran informasi yang digunakan masyarakat saat ini, dengan kelengkapan fitur yang dapat membagikan foto dan video keberbagai jejaring sosial.

Berkembangnya *smartphone* membuat internet semakin tinggi, penggunaan media sosial per Januari 2021 sekitar 170 juta orang pengguna aktif media sosial, (Mutiah & Rafiq, 2021). Dengan Instagram kita dapat mencari teman lama yang sudah hilang kontak ataupun teman baru yang diinginkan. Kita juga dapat memiliki banyak teman dari semua kalangan dan daerah, bahkan dapat menjangkau seluruh dunia. Penggunaan media sosial telah meluas di berbagai kalangan usia terutama pada remaja hingga dewasa, termasuk mahasiswa. Menurut penelitian, waktu yang dihabiskan untuk mereka mengakses internet dan media sosial jauh lebih banyak dibandingkan dengan media tradisional, (Mulawarman & Nurfitri, 2017).

Dalam penggunaan media sosial tentunya terdapat dampak negatif ataupun positif. Seperti yang dikatakan oleh Leysa Khadzi Fi bahwa terdapat dua dampak yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial yaitu berupa dampak positif dan dampak negatif. Oleh karena itu penanaman pemahaman mengenai penggunaan dan keamanan untuk bermedia sosial sangat penting, (Abidin & Fahmi, 2019).

Dampak negatif dari penggunaan jejaring sosial Instagram adalah karena konten yang disertakan sangat bebas sehingga perlu berhati-hati saat menggunakannya. Kebebasan ini menyebabkan meningkatnya kasus kejahatan di jejaring sosial Instagram, banyak orang yang tidak bertanggung jawab menggunakan jejaring sosial tersebut untuk menyebarkan pornografi, perjudian,

penipuan, berita palsu, dan kejahatan pelanggaran lainnya, (Halim, 2015). Besarnya pengaruh negatif yang ditimbulkan oleh jejaring sosial Instagram menuntut seluruh penggunanya untuk selalu berhati-hati dan kritis terhadap segala informasi yang ada. Tanpa adanya tindakan, dampak negatif yang ditimbulkan oleh jejaring sosial Instagram lambat laun akan merugikan dan merusak generasi mendatang.

Selain dampak negatif, jejaring sosial Instagram juga memiliki dampak positif bagi penggunanya. Salah satu konten yang bernilai positif bagi penggunanya yaitu konten mengenai pendidikan Islam, parenting, dan masih banyak lainnya. Jejaring Instagram yang memiliki fitur untuk membagikan foto dan video menjadikannya banyak digunakan oleh seseorang untuk berdakwah atau menyebarkan konten-konten keislaman yang menarik perhatian. Kebebasan pengguna untuk membuat, mendownload, dan membagikan menyebabkan informasi tentang keislaman dapat menyebar dengan cepat di jejaring sosial Instagram. Berdasarkan data yang bersumber dari Datareportal.com (2023) populasi pengguna internet di Indonesia berjumlah 212.9 juta orang. Instagram menjadi media sosial terbanyak kedua setelah WhatsApp. Persentase pengguna aktif Instagram mencapai 86.5% kisaran umur 16-64 tahun. WhatsApp menjadi media sosial terbanyak di Indonesia dengan persentase pengguna aktif sebanyak 92.1%, Facebook menduduki peringkat ketiga dengan persentase pengguna aktif sebanyak 83.8%, TikTok menduduki peringkat keempat dengan persentase pengguna aktif sebanyak 70.8%, dan Telegram menduduki peringkat kelima dengan persentase pengguna aktif sebanyak 64.3%.

Terdapat beberapa alasan seseorang menggunakan media sosial seperti, mencari inspirasi mengenai hal-hal apa yang akan dilakukan maupun dibeli, mencari konten berupa video, mencari produk untuk dibeli, membagikan, dan mendiskusikan opini pribadi kepada sesama pengguna media sosial lainnya, (Christanto, 2023). Bahri (2020) menjelaskan bahwa Instagram merupakan media sosial yang populer akhir-akhir ini. Sebagian besar penggunanya merupakan anak muda, mereka tertarik menggunakan Instagram karena konten yang disajikan sangat menarik perhatian sehingga dapat menambah wawasan termasuk ajaran Islam. Banyak mahasiswa yang memiliki ketertarikan terhadap konten Islam. Hal ini dibuktikan dengan aktivitas mereka di Instagram yang mengikuti akun dakwah lebih dari satu akun.

Berdasarkan penelitian dari Sazali (2020) mengatakan bahwa media sosial Instagram memberikan pengaruh kepada pemuda masjid melalui penggunaan fitur-fitur yang disajikan, sehingga remaja masjid dapat terpengaruh dengan konten positif yang dapat memotivasi untuk mempelajari Islam dan beribadah lebih baik lagi, hal ini dibuktikan dengan perilaku kesehariannya yang menunjukkan nilai-nilai Islam. Adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami hasil penelitian yang penulis paparkan menunjukkan bahwa ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap akhlak siswa. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t = 1.778$ lebih besar dari nilai $t_{tabel} = 0.679$ artinya terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap akhlak siswa dengan nilai koefisien korelasi sebesar 46.1%. Dengan demikian, penggunaan media sosial mempunyai pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk akhlak

Siswa di MTs Tarbiyah Islamiah Kerkep. Berdasarkan penelitian ini juga dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap akhlak seseorang.

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa konten yang terdapat di media sosial terutama Instagram sangat mempengaruhi penggunanya. Pengguna media sosial dapat dengan bebas berkomentar dan mengemukakan pendapat, tidak terbatas ruang dan waktu, dapat berkomunikasi kapan saja dan dimana saja. Ilmu pengetahuan dan teknologi penting dalam Islam, karena agama ini secara kuat mendorong pemanfaatan teknologi dan informasi untuk kebaikan umat manusia. Salah satunya, menggunakan media sosial untuk berdakwah dan mencari ilmu pengetahuan. Pemahaman umat Islam terhadap suatu ilmu menunjukkan keberagaman, disebabkan karena adanya individu yang memiliki pengetahuan islam cukup luas walaupun tidak tersusun dengan baik.

Sebagian orang ada yang memperoleh pengetahuan secara otodidak dan adapula yang memperoleh pengetahuan melalui guru namun tidak terdapat kurikulum yang baik dan tidak ada pertemuan secara tatap muka. Selain itu, ada pula yang memiliki pengetahuan Islam yang mendalam namun terbatas pada satu disiplin ilmu saja. Hal ini mengakibatkan pemahaman Islam yang bersifat parsial, tanpa memperhatikan inti ajaran Islam dari berbagai dimensi, (Nata, 2001). Selain dari itu, ada pula hal yang menjadi fokus perhatian terhadap masyarakat, terlebih lagi generasi muda yang akan menjadi penerus dari generasi sebelumnya, yaitu akhlak. Akhlak adalah suatu keadaan yang melekat pada jiwa seseorang, yang darinya akan lahir perbuatan-perbuatan secara spontan: tanpa melalui proses pemikiran, pertimbangan, atau penelitian, (Amin, 2016).

Akhlak seseorang tentu dapat dipengaruhi dari beberapa hal, salah satunya dari informasi yang mereka dapatkan. Saat ini seseorang dapat dengan mudah mendapatkan informasi melalui media sosial, khususnya bagi remaja yang sebagian besar aktif menggunakan media sosial instagram. Kebebasan berpendapat di media sosial Instagram memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, mencari pengakuan, dan menciptakan berbagai jenis akun, termasuk akun dakwah Islam. Meskipun banyak yang mencari ilmu agama melalui media sosial, terdapat kekhawatiran bahwa informasi yang disampaikan tidak selalu berasal dari sumber yang mumpuni, melanggar adab menurut ilmu agama Islam. Pentingnya menyadari bahwa kredibilitas media sosial sebagai sumber informasi tidak selalu dapat dipercaya sepenuhnya, karena siapapun dapat memproduksi dan mendistribusikan konten. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dilakukan untuk melihat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pemahaman Akhlak Pendidikan Agama Islam mahasiswa PAI.

TINJAUAN LITERATUR

Media Sosial Instagram

Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike. Instagram diluncurkan pada bulan Oktober tahun 2010 yang awalnya hanya diperuntukkan bagi pengguna ponsel berbasis iOS. Pada April tahun 2012, Instagram dirilis bagi pengguna ponsel

berbasis Android dan diikuti oleh situs web pada November tahun 2012 dan aplikasi untuk perangkat handphone Windows 10 Mobile pada April 2016.

Instagram memulai pengembangan di San Francisco, ketika Kevin Systrom dan Mike Krieger memilih untuk memfokuskan proyek check-in HTML5 dengan multi-fitur pada fotografi seluler. Instagram sangat digemari dan dikenal sebagai album foto online. Meskipun pada saat pertama pembuatannya Instagram belum tersedia untuk umum, Systrom dan Krieger mulai menguji gagasan mereka dengan beberapa jepretan eksperimental. Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster mengungkapkan, bahwa sejak diluncurkan pada tahun 2010 aplikasi instagram telah memiliki 400 juta lebih pengguna aktif dari seluruh dunia.

Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna instagram terbanyak dengan 89 persen Instagrammers yang berusia 18-34 tahun mengakses Instagram setidaknya seminggu sekali. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih Instagram dengan nilai sekitar \$1 miliar. Instagram menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi, Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya, (Kartini, 2022).

Instagram sebagai salah satu media sosial yang saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di masyarakat khususnya bagi anak muda yang memakai media sosial dikehidupan sehari-harinya. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya, (Kartini, 2022). Instagram merupakan aplikasi untuk membagikan, mengelola dan mengedit foto ke jejaring sosial yang dapat dilihat oleh semua orang dengan mudah atau instan. Instagram berasal dari kata *insta* yang asal katanya "instan" dan *gram* yang asal katanya adalah "telegram", (Ghazali, 2016).

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki fitur untuk membagikan foto dan video, selain itu Instagram dapat digunakan sebagai media komunikasi yang dapat mengirim pesan secara pribadi kepada pengguna lainnya.

Ruang Lingkup Akhlak

1. Pengertian Pemahaman

Pemahaman menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan, (Kebudayaan, 2003). Menurut Benyamin S. Bloom pemahaman merupakan suatu kemampuan dalam menginterpretasikan atau mengulang informasi menggunakan bahasa sendiri, (Djaali, 2008). Untuk memperoleh suatu pemahaman terhadap suatu informasi atau materi maka terdapat proses berfikir. Berfikir mengarahkan kepada tahap membentuk suatu pengertian, menggagas suatu pendapat, dan menarik kesimpulan, (Suryabrata, 1995).

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pemahaman merupakan kemampuan dalam menarik makna dari informasi yang didapatkan atau dipelajari sehingga dapat menjelaskan kembali dengan bahasa sendiri. Dalam kaitannya dengan Akhlak Pendidikan Agama Islam

maka pemahaman diartikan sebagai suatu kemampuan dalam proses, cara, memahami nilai-nilai dan ajaran tentang Islam yang dibuktikan dengan akhlak pribadinya.

Akhlak

Berdasarkan buku yang ditulis oleh Amin yang mengutip tulisan M. Idris Abd. Rauf Al-Marbawi bahwa akhlak secara etimologi berasal dari Bahasa Arab yang merupakan jamak dari kata *khuluq*, yang berarti adab kebiasaan, perangai, tabiat, dan *murū'ah*. Akhlak mencakup segala aspek kejiwaan seseorang, baik secara lahiriah maupun batiniah (Amin, 2016).

Secara istilah, akhlak menurut Imam Al-Ghazali dalam kitabnya yang berjudul *Ihya Ulum al-Din*, akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dengan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Menurut Akhmad Alim, akhlak adalah sebuah sifat yang tertanam dalam jiwa seseorang baik secara fitrah usaha yang melahirkan kehendak kebiasaan, baik yang terpuji maupun yang tercela.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa akhlak adalah suatu keadaan jiwa seseorang yang dibarengi dengan perbuatan-perbuatan spontan secara natural dan dari dalam dirinya sendiri, tanpa adanya dorongan dari pihak luar.

Ruang Lingkup Akhlak

Akhlak, sebagai konsep moral dan perilaku menjadi landasan penting dalam berbagai aspek. Ruang lingkup akhlak jika dijabarkan secara komprehensif tentu akan menjadi sangat luas. Namun, jika kita tarik secara umum, akhlak itu dibagi menjadi dua, seperti yang ditulis dalam buku "Studi Islam 1: Akidah akhlak" oleh Akhmad Alim, bahwa yaitu ruang lingkup Akhlak terbagi menjadi dua, yaitu: Akhlak terhadap *khaliq* dan terhadap *makhluk*, (Alim, 2014)

1. Akhlak terhadap *Khalik*, Akhlak kepada Allah tidak jauh beda dengan *taqwa*. Dan tentu ini adalah sikap yang akhlak yang paling diutamakan dibandingkan dengan akhlak kepada siapapun. Jadi secara garis besar, akhlak terhadap Allah, yaitu berucap dan bertingkah laku yang terpuji terhadap Allah swt, baik melalui ibadah langsung kepada Allah seperti shalat, puasa dan lain sebagainya maupun melalui perilaku-perilaku tertentu yang mencerminkan hubungan atau komunikasi dengan Allah swt diluar ibadah tersebut. (Harahap, 2021). Adapun uraian lebih lanjut yang dijelaskan dalam beberapa ayat Al-Qur'an; Menjadikan-Nya satu-satunya sembahyan yang haq dan murni; taat kepada-Nya secara mutlak; menjadikan-Nya sebagai tempat meminta pertolongan; tidak menyerupakan-Nya dengan apapun; menetapkan apa-apa yang ditetapkanNya, mengingkari apa-apa yang diingkari-Nya, mengharamkan apa yang diharamkan-Nya, dan menghalalkan apa-apa yang diharamkan-Nya.

2. Akhlak terhadap Makhluk, Akhlak juga tidak lepas dari kehidupan bermasyarakat, Allah pun memerintahkan agar kita baik kepada sesama manusia. Tentu hal ini akan sangat panjang jika dibahas secara mendalam, namun peneliti merangkumnya menjadi
 - a. Akhlak kepada keluarga, Keluarga adalah hal terpenting dalam kehidupan bermasyarakat. Akhlak terhadap keluarga meliputi, ayah ibu, anak dan keturunannya (Harahap, 2021). Adapun uraian lebih lanjut yang dijelaskan dalam beberapa ayat Al-Qur'an; memuliakan orang tua; menyayangi anak dan mendidiknya; menjaga hak dan kewajiban suami istri
 - b. Akhlak kepada Teman, teman atau kerabat juga harus dijaga hubungan baiknya, sama halnya dengan Rasul yang selalu bermusyawarah ataupun bermuamalah dengan para sahabat. Adapun uraian lebih lanjut yang dijelaskan dalam beberapa ayat Al-Qur'an; sifat pemaaf terhadap sesama, berlaku amanah dan menjauhi khianat, menjauhi kedzaliman, menjaga lisan, menepati janji.
 - c. Akhlak kepada Guru, bentuk akhlak kepada guru, tidak jauh berbeda dengan akhlak kepada orang tua, karena pepatah pernah mengatakan guru adalah orang tua di sekolah. Oleh karenanya, setiap uraian-uraian akhlak kepada orang tua, tentu akan mendekati tentang uraian kepada guru. Namun, akan tetap dijabarkan tentang urgensi atau peran guru dalam beberapa ayat Al-Qur'an; Allah meninggikan derajat orang berilmu; Guru adalah penyuluh; Orang berilmu akan menjelaskan, sebelum mendapat pertanyaan.

METODE PENELITIAN

Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey atau korelasi dengan pendekatan kuantitatif melalui teknik analisis regresi linear sederhana dan uji t tes. Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas media sosial Instagram (X) dan variabel terikat yaitu pemahaman akhlak (Y). Regresi linear sederhana digunakan apabila hanya menggunakan satu variabel independen. Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah regresi yang ditemukan berlaku untuk semua populasi yang ada. dilakukakannya uji t juga untuk memperoleh ukuran signifikansi pengaruh masing-masing variabel. Penelitian ini dilakukan serta berlokasi di Universitas Ibn Khaldun Bogor. Waktu penelitian dilaksanakan selama dua bulan, yaitu pada bulan April sampai dengan Mei 2024. Adapun subjek penelitian ini adalah mahasiswa PAI angkatan 2021 yang dipilih secara acak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel pengaruh media sosial Instagram (X) yang telah dilakukan pada saat uji coba instrument pada 30 responden dengan 20 pernyataan diperoleh hasil 16 pernyataan yang valid dan 4 pernyataan yang tidak valid. Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel pemahaman akhlak (Y) yang telah dilakukan pada saat uji coba instrument pada 30 responden dengan 20 pernyataan diperoleh hasil 14 pernyataan yang valid dan 6 pernyataan yang tidak valid atau gugur.

2. Uji Realibilitas

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Pengaruh Media Sosial Instagram

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	20

Dari tabel di atas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,843. Hal ini menunjukkan bahwa angket pengaruh media sosial instagram (variabel X) dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* 0,843 > 0,600.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Pemahaman Akhlak

Cronbach's Alpha	N of Items
,747	20

Dari tabel di atas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,747. Hal ini menunjukkan bahwa angket pemahaman akhlak (variabel Y) dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* 0,747 > 0,600.

3. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,3.69784873
Most Extreme Differences	Absolute	,0.70
	Positive	,0.70
	Negative	-,070
Test Statistic		,0.70
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^d

Berdasarkan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di atas, diperoleh nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,200. Dari data tersebut terlihat bahwa nilai signifikansi (*Asymp. Sig*) lebih dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data residual dari kedua variabel pada penelitian ini berdistribusi normal.

4. Uji Linearitas

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas Pengaruh Media Sosial Instagram dan Pemahaman Akhlak

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pengaruh Media Sosial Instagram * Pemahaman Akhlak	421.843	19	22.202	1.739	,092
Linearity	137.4660	1	137.460	10.769	,003
Deviation from Linearity	284.383	18	15.799	1.238	,301
Within Groups	344.625	27	12.764		
Total	766,48	46			

Berdasarkan hasil uji linieritas pada tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas (nilai Sig) sebesar $0,301 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara motivasi belajar dengan hasil belajar.

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Media Sosial Instagram dan Pemahaman Akhlak

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	5.225	<,001
1 (Constant)	32.609	6.241		3.136	,003

Pengaruh Instagram	,304	,097	,423		
--------------------	------	------	------	--	--

a. Dependent Variable: Pemahaman Akhlak

Berdasarkan hasil analisis regresi di atas, diperoleh nilai *Sig.* untuk variabel X yaitu pengaruh Instagram sebesar 0,003. Karena nilai $Sig = 0,003 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan media sosial Instagram terhadap pemahaman akhlak.

Hasil perhitungan koefisien regresi sederhana di atas menunjukkan nilai koefisien konstanta sebesar 32,609 memiliki arti bahwa jika tidak ada penggunaan media sosial (X) maka nilai konsisten pemahaman keislaman (Y) adalah sebesar 32,609. Nilai koefisien regresi X sebesar 0,304 yang memiliki arti setiap penambahan 1% tingkat penggunaan media sosial (X) maka pemahaman keislaman (Y) akan meningkat 0,304. Sehingga persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 32,609 + 0,304 X$.

Berdasarkan persamaan di atas diketahui nilai konstantanya adalah 32,609 yang secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada saat penggunaan media sosial, maka pemahaman keislaman memiliki nilai 32,609. Nilai positif pada koefisien regresi variabel pengaruh media sosial Instagram (X) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas (penggunaan media sosial) dan variabel terikat (pemahaman keislaman) adalah searah, yaitu setiap kenaikan satu satuan variabel penggunaan media sosial akan menyebabkan kenaikan pemahaman keislaman 0,304.

Besarnya pengaruh variabel X pengaruh media sosial Instagram terhadap variabel Y pemahaman akhlak dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 6. Koefisien Determinasi Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Pemahaman Akhlak

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,423 ^a	,179	,161	3.739

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,179 atau 17,9%. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel media sosial Instagram (X) terhadap variabel pemahaman akhlak (Y) adalah sebesar 17,9 % dan sisanya sebesar 82,1% ditentukan oleh variable lain.

6. Uji t Tes

Tabel 7. Hasil Uji t Tes Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Pemahaman Akhlak

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.	Beta	5.225	<,001

		Error			
1 (Constant)	32.609	6.241		3.136	,003
Pengaruh Instagram	,304	,097	,423		

a. Dependent Variable: Pemahaman Akhlak

Berdasarkan hasil Uji t Tes diatas dapat diketahui nilai t_{hitung} variabel pengaruh media sosial Instagram (variabel X) sebesar 3,136 dan nilai Sig. 0,003. Besarnya nilai t_{tabel} untuk taraf signifikansi 5% $df = 45$ ($df = N-2$ untuk $N=47$) yaitu 1,679. Maka dapat disimpulkan nilai t_{hitung} 3,136 > 1,679 dan nilai Sig. 0,003 < 0,05 dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikansi terhadap pemahaman akhlak PAI.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti telah mendapatkan hasil data dari responden yang kemudian diolah dan telah dianalisis pada bab sebelumnya. Untuk menjawab rumusan masalah pada bab pertama, peneliti menyimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial Instagram terhadap pemahaman akhlak PAI pada mahasiswa Universitas Ibn Khaldun Bogor angkatan 2021 dengan korelasi yang sedang antara kedua variabel tersebut dengan hasil yang diperoleh sebesar 0,423 dengan nilai interpretasi antara 0,40-0,60.
2. Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y hal ini menunjukkan bahwa diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,136$ $t_{tabel} = 1,679$. Dapat juga diketahui nilai signifikansi 0,003 lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara media sosial instagram terhadap pemahaman akhlak PAI.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa disarankan untuk mengutamakan belajar secara langsung kepada guru atau dosen. Dengan adanya interaksi dan belajar secara langsung kepada guru atau dosen memungkinkan bagi mahasiswa untuk memahami materi secara lebih mendalam. Media sosial intagram dapat digunakan oleh mahasiswa sebagai media tambahan pembelajaran. Instagram menyediakan berbagai konten dan fitur yang dapat mendukung pembelajaran. Namun, Instagram tidak bisa menggantikan pembelajaran secara langsung kepada guru atau dosen. Maka dari itu, mahasiswa harus

bijak menggunakan waktu antara belajar secara langsung dan menggunakan media sosial Instagram agar dapat mengoptimalkan proses pembelajaran.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti dalam melakukan penelitian ini tentu masih terdapat banyak kekurangan. Penelitian ini hanya sedikit menjelaskan tentang penggunaan media sosial Instagram terhadap pemahaman akhlak PAI pada mahasiswa PAI angkatan 2021 di Universitas Ibn Khaldun Bogor. Kekurangan dalam penelitian ini menjadikan peneliti untuk memberikan saran kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti hal serupa untuk dapat menggali lebih dalam dan memahami lebih kompleks aspek atau faktor lain yang belum disebutkan pada penelitian ini. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menjangkau populasi yang lebih luas dari penelitian ini.

Jurnal Dirosah Islamiyah

Volume 6 Nomor 3 (2024) 665 - 677 P-ISSN 2656-839x E-ISSN 2716-4683

DOI: 10.17467/jdi.v6i3.2611

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., & Fahmi, I. (2019). Media Sosial dalam Mempengaruhi Keberagamaan Siswa dan Solusinya Melalui Pendidikan Agama Islam. *wahaya Kuray Ilmiah_pasca sarjana PAI Unsika*, 307-308.
- Alim, D. (2014). *Studi Islam 1: Akidah Akhlak*. Bogor: Pusat Kajian Islam Universitas Ibn Khaldun.
- Amin, S. M. (2016). *Ilmu Akhlak*. Jakarta: Amzah.
- Christanto, N. V. (2023). Pengaruh Persepsi Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Merek yang Dimediasi oleh Brand Consciousness dan Value Consciousness (Studi pada konsumen produk Somethinc). *UAJY's Library*.
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ghazali, M. (2016). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Deepublish.
- Halim, N. A. (2015). Penggunaan Internet di Kalangan Remaja untuk Mengembangkan Pemahaman Keislaman. *Jurnal Risalah*, 133.
- Kartini, d. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Maktabatun Journal*, 20.
- Kebudayaan, D. P. (2003). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya ditinjau dari Perspektif Psikologi Terapan. *Buletin Psikologi*, 37.
- Mutiah, T., & Rafiq, A. (2021). Instagram Media Baru Penyebaran Berita (Studi pada akun @feydown_official). *Jurnal Media Penyiaran*, 59.
- Nainggolan, V., Rondanuwu, S., & Waleleng, G. (2018). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UNSRAT Manado. *Acta Diurna*, 1.
- Nata, A. (2001). *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suryabrata, S. (1995). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo.