

**Komparasi Penggunaan Media Sosial dan Budaya Akademis
terhadap Etika Berbusana Muslim Mahasiswa di Kota Mataram**

Geta setiawati

Universitas Muhammadiyah Mataram
getasetiawati43406@gmail.com

Suhadah

Universitas Muhammadiyah Mataram
suhadah@ummat.ac.id

Endang Rahmawati

Universitas Muhammadiyah Mataram
era.justmine@gmail.com

DOI: 10.46781/al-mutharahah.V20i2.986

Received : 22/03/2024

Revised : 29/06/2024

Accepted : 01/08/2024

Published : 20/10/2024

Abstract

The rapid advancement of digital technology, particularly the pervasive use of social media platforms such as TikTok, has empowered society, especially among students, to express their creativity. Social media has evolved beyond being a mere outlet for self-expression; it now significantly influences consumer behavior, particularly in the realms of online shopping and promotional strategies. The objective of this research is to compare the impact of social media usage (X1) and academic culture (X2) on the ethical considerations of Muslim attire among university students. In this study, a quantitative methodology utilizing linear regression is employed, involving 91 female students in the city of Mataram. The research instrument consists of an online questionnaire distributed to respondents. The data analysis technique applied is the t-test. The research findings reveal a t-test value of 0.773 with a significance level (Sig.) of 0.441. These results indicate that the comparison between social media usage (X1) and academic culture (X2) concerning the ethical considerations of Muslim attire among university students does not yield a statistically significant difference. In detail, the t-test value approaching zero (0.773) suggests that the difference between the means of the two groups (social media usage and academic culture) is not statistically significant. Furthermore, a significance level (Sig.) greater than the commonly used threshold ($0.441 > 0.05$) emphasizes that there is insufficient statistical evidence to reject the null hypothesis. The null hypothesis posits that there is no significant difference between social media usage and academic culture concerning the ethical considerations of Muslim attire among university students. Consequently, it can be concluded that within the examined sample of female students, the utilization of social media and academic culture does not significantly influence the ethical considerations in Muslim attire. The research is important for understanding how social media and academic culture influence the Islamic dress ethics of students in Mataram City, which can assist educational institutions in designing policies and

programs that support ethical values within the academic environment. Furthermore, the findings of this study also provide a foundation for further research on the relationship between social media, academic culture, and dress ethics, as well as their impact on student character development.

Keywords: *Social Media, Academic Culture, Ethics Of Muslim Dress.*

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi digital, khususnya penggunaan media sosial seperti platform TikTok, masyarakat, terutama kalangan pelajar, semakin terbuka untuk mengekspresikan kreativitas mereka. Media sosial tidak hanya menjadi wadah ekspresi diri, tetapi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen, terutama dalam konteks belanja online dan strategi promosi. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan dampak penggunaan media sosial (X1) dan budaya akademis (X2) terhadap etika berbusana muslim mahasiswa. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif dengan menggunakan regresi linear digunakan, dan subjek penelitian melibatkan 91 mahasiswi yang ada di kota mataram. Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket yang disebarakan secara online kepada responden. Teknik analisis data yang diterapkan adalah uji t-test. Hasil riset menunjukkan bahwa nilai t-test sebesar 0.773 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.441. Hasil ini menunjukkan bahwa perbandingan antara penggunaan media sosial (X1) dan budaya akademis (X2) terhadap etika berbusana muslim mahasiswa tidak menunjukkan perbedaan signifikan. Secara rinci, nilai t-test yang mendekati nol (0.773) menandakan bahwa perbedaan antara rata-rata kedua kelompok (penggunaan media sosial dan budaya akademis) tidak signifikan secara statistik. Selain itu, nilai signifikansi (Sig.) yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang umumnya digunakan ($0.441 > 0.05$) menegaskan bahwa tidak ada cukup bukti statistik untuk menolak hipotesis nol. Hipotesis nol ini menyatakan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara penggunaan media sosial dan budaya akademis terhadap etika berbusana muslim mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa, pada sampel mahasiswi yang diteliti, penggunaan media sosial dan budaya akademis tidak secara signifikan berpengaruh terhadap etika berbusana muslim. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana media sosial dan budaya akademis mempengaruhi etika berbusana muslim mahasiswa di Kota Mataram, yang dapat membantu institusi pendidikan dalam merancang kebijakan dan program yang mendukung nilai-nilai etika dalam lingkungan akademis. Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan dasar bagi studi lebih lanjut mengenai hubungan antara media sosial, budaya akademis, dan etika berbusana, serta dampaknya terhadap pengembangan karakter mahasiswa.

Kata kunci: *Media sosial, Budaya Akademis, Etika Berbusana Muslim.*

A. Pendahuluan

Media sosial merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi digital yang menjadikan intensitas penyebaran informasi dan terbukanya ruang komunikasi semakin tinggi dan cenderung tidak bisa dikontrol.¹ Adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi ini mengharuskan kita mengikuti apa yang saat ini sedang populer, kecanggihan teknologi saat ini memberikan banyak manfaat terutama dalam bidang komunikasi, manufaktur dan internet.²³ Media sosial juga dapat digunakan dimana saja dan kapan saja oleh penggunanya selama mereka terhubung dengan yang namanya internet. Internet sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari-hari, terutama bagi generasi yang lahir di tengah pesatnya penggunaan internet.

Terdapat banyak media sosial yang digunakan oleh warga Indonesia. Salah satunya yaitu Tiktok yang saat ini sedang digandrungi anak muda dan memiliki banyak pengguna. Tiktok menjadi salah satu media yang memberikan ruang kepada para penggunanya untuk berekspresi dan berkreativitas melalui berbagai konten video-video menarik yang disuguhkan.⁴⁵ Media sosial yang ada dalam handphone mahasiswa juga mempengaruhi perilaku konsumtif dengan adanya penjualan online yang menggunakan media sosial untuk menjual berbagai macam barang seperti baju, tas, sepatu dan lainnya. Secara cepat konsumen melihat promosi live streaming yang ada di media sosial ditambah dengan adanya diskon juga. Jadi, ada nya rasa ingin memiliki semua barang yang dijual di media sosial.⁶

Damayanti et al.⁷ mengatakan bahwa adanya perkembangan zaman saat ini, memberi pengaruh kepada semua bidang yang ada. Salah satunya adalah perkembangan teknologi informasi, teknologi informasi juga menjadi semakin berkembang pesat. Perkembangan teknologi informasi dan juga perkembangan internet yang begitu pesat mendorong adanya perkembangan pada media sosial. Di Indonesia sendiri sebagian besar masyarakat menggunakan social media untuk berbagai alasan kepentingan, salah satunya adalah tiktok.⁸⁹ Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini adalah dengan menggunakan Uji Regresi Linear Sederhana, Uji linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan pada uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa

¹ Himmatul Khairah and Shuri Mariasih Gietty Tambunan, "Teknologi Digital Sebagai Media Objektifikasi Perempuan: Kajian Kritis Media Sosial," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni* 3, no. 2 (2019), <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i2.3507.2019>.

² Hendro Setyo Wahyudi and Mita Puspita Sukmasari, "Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat," *Jurnal Analisa Sosiologi* 3, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.20961/jas.v3i1.17444>.

³ Shintia Rizky Ananda, "Prilaku Komunikasi Milenial Pengguna Media Sosial," 2021.

⁴ Novitsa Dwina et al., "Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Di Dusun Tugu, Desa Ngromo, Kecamatan Nawangan, Kabupaten Pacitan," *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies* 5, no. 2 (2021): 293–306, <https://doi.org/10.22515/academica.v5i2.4124>.

⁵ Yunita Safitri and Heidy Arviani, "Peran Konten Promosi Spill Outfit Di Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Remaja Putri Surabaya," *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 7 (2023): 5253–62, <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i7.2372>.

⁶ Izza Syafira, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Pada Busana Muslim Siva Di Sidoarjo," 2020, 1–88.

⁷ Damayanti, Anjarsari, and Anjani (2022)

⁸ Jokhanan Kristiyono, "Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat," *Scriptura* 5, no. 1 (2015): 23–30, <https://doi.org/10.9744/scriptura.5.1.23-30>.

⁹ Halen Dwistia et al., "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam," *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1, no. 2 (2022): 81–99, <https://doi.org/10.61094/arrusyd.2830-2281.33>.

terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y dengan hasil tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya Media Sosial Tiktok memberikan pengaruh terhadap gaya hidup berpakaian remaja ilmu Komunikasi Universitas Tidar.

Perkembangan media sosial sekarang banyak digunakan oleh masyarakat termasuk mahasiswa, juga mempengaruhi terhadap fashion mahasiswa yang ikut model serta diiklankan atau dipromosikan di media sosial yang mudah diakses melalui jaringan internet, yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh penjual online shop menggunakan media sosial.¹⁰¹¹ Didapatkan bahwa besarnya pengaruh media sosial terhadap fashion mahasiswa Sosiologi Universitas Teuku Umar, karena perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat fashion menjadi dikenal diberbagai kalangan mahasiswa hal ini disebabkan karena adanya media sosial. Seperti media sosial Instagram, dan Tiktok. Penelitian ini dilakukan di Universitas Teuku Umar, menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 32 mahasiswa Sosiologi yang dipilih secara teknik random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $6,240 > 1,693$, diketahui juga nilai signifikan coefficients lebih kecil yaitu $0,000 < 0,05$. Dari hasil uji yang telah dilakukan diketahui bahwa adanya pengaruh media sosial terhadap fashion mahasiswa Sosiologi Universitas Teuku Umar, yang artinya H_0 ditolak dan H_a di terima.¹²

Penggunaan TikTok memiliki dampak positif dan negatif yang menjadi salah satu faktor munculnya karakteristik bagi penggunanya. Kebiasaan tersebut akan terbentuk dengan beberapa faktor yaitu lingkungan diantaranya adalah sekolah.¹³¹⁴ Jika sekolah memiliki penerapan visi dan misi serta peraturan yang baik maka akan membentuk budaya sekolah yang beretika positif, salah satunya yaitu etika dalam berbusana.¹⁵¹⁶ Dari hasil observasi awal yang dilakukan terdapat sekitar 98,6% siswa kelas XI menggunakan TikTok dan etika berbusana siswa memperoleh persentase 5,7% yang masih kurang baik hal ini dapat disebabkan oleh tingginya penggunaan TikTok yang kurang baik dan rendahnya penanaman nilai-nilai keislaman dalam budaya sekolah. Lebih lanjut, dari hasil penelitian ditemukan bahwa (1) penggunaan TikTok berpengaruh secara signifikan terhadap etika berbusana siswa dengan nilai persentase sebesar 35,2%; (2) budaya sekolah berpengaruh secara signifikan terhadap etika berbusana siswa dengan nilai presentase sebesar 7,7%; (3) penggunaan TikTok dan budaya sekolah terhadap etika berbusana siswa dengan nilai persentase sebesar 38,2%.¹⁷

Elvera and Widiastuti¹⁸ mengungkapkan bahwa Gaya berbusana mahasiswa sangat erat kaitanya terhadap kondisi ekonomi mahasiswa. Pola hidup konsumtif harus didukung oleh kekuatan finansial yang memadai dan salah satunya adalah untuk membeli keperluan yaitu

¹⁰ Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80, <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>.

¹¹ Ramsiah Tasruddin, "Tren Media Online Sebagai Media Promosi," *Jurnal Mercusuar* 2, no. 1 (2021): 16–21.

¹² (Amelia 2022)

¹³ Nurul Istiani and Athoillah Islamy, "Fikih Media Sosial Di Indonesia," *Asy Syar'lyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam* 5, no. 2 (2020): 202–25, <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>.

¹⁴ (Cahyani 2020)

¹⁵ Istiana Malikatin Nafi'ah and Ali Anwar, "Etika Berbusana Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Perspektif Kode Etik IAIN Kediri," *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman* 31, no. 2 (2020): 293–306, <https://doi.org/10.33367/tribakti.v31i2.1099>.

¹⁶ (Mahmudah 2017)

¹⁷ Anisha Whulandhari, "Pengaruh Penggunaan Tiktok Dan Budaya Sekolah Terhadap Etika Berbusana Muslim Siswa Kelas XI Sma Muhammadiyah 2 Tangerang Tahun Ajaran 2021/2022," no. November (2022): 55.

¹⁸ Elvera and Widiastuti (2019)

busana dengan harga yang relative murah. Subjek ini penelitian adalah mahasiswa sebanyak 160 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Hasil uji t dengan satu pihak dalam taraf signifikansi 5% diperoleh $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2.166 \geq 1,664$) artinya variabel sosial ekonomi berpengaruh positif terhadap gaya berbusana, (2) Hasil uji t dengan satu pihak dalam taraf signifikansi 5% diperoleh $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($3.032 \geq 1,664$) artinya variabel kemampuan sosial ekonomi berpengaruh positif terhadap gaya berbusana.

Berdasarkan hasil-hasil riset dari penelitian di atas perkembangan zaman maupun perkembangan media sosial sangat berpengaruh terhadap semua bidang yang ada. Bahkan memberikan dampak bagi penggunaannya yakni dampak positif dan negatif. Selain itu, adanya media sosial juga berpengaruh terhadap perkembangan gaya busana mahasiswa. Apalagi kecanggihan teknologi sekarang memberikan banyak manfaat untuk penjualan terutama penjualan online dan konten-konten spill outfit yang ada di media sosial. Oleh sebab itu banyak mahasiswa yang ikut terpengaruh karena melihat trend fashion yang ada di media sosial. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh media sosial dan budaya akademis terhadap etika berbusana muslim mahasiswa yang di Kota Mataram. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana kedua faktor tersebut mempengaruhi cara berpakaian mahasiswa Muslim di lingkungan akademis.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah kuantitatif dengan penerapan regresi linear, yang bertujuan untuk membandingkan pengaruh media sosial dan budaya akademis terhadap etika berbusana Muslim di kalangan mahasiswa. Responden yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 91 orang, dan instrumen yang dipergunakan berupa kuesioner dengan total 39 pertanyaan. Dalam struktur kuesioner tersebut, sebanyak 15 pertanyaan berkaitan dengan penggunaan media sosial (X1), 15 pertanyaan untuk mengukur budaya akademis (X2), dan 9 pertanyaan untuk menilai etika berbusana muslim (Y). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang diberikan secara daring kepada responden melalui tautan yang disediakan. Skala likert digunakan sebagai alat pengukuran untuk menggambarkan sikap, pendapat, dan persepsi responden terkait fenomena sosial yang diteliti. Skala ini memberikan dasar untuk menyusun item-item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan, memfasilitasi pengukuran variabel yang bersifat subjektif.¹⁹

Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan uji t-test. Pendekatan statistik ini digunakan untuk mengukur signifikansi perbedaan rata-rata antara dua kelompok data, yaitu kelompok penggunaan media sosial dan budaya akademis terhadap etika berbusana Muslim. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengumpulkan data melalui kuesioner, tetapi juga menerapkan analisis statistik untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam terkait dampak kedua variabel independen terhadap variabel dependen dalam konteks etika berbusana Muslim di kalangan mahasiswa.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Data Deskriptif

Penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui penyebaran angket kepada sejumlah 91 mahasiswa sebagai responden. Proses pengumpulan data ini menjadi langkah awal untuk memahami pandangan dan persepsi mahasiswa terkait topik penelitian. Setelah berhasil

¹⁹ Viktor Handrianus Pranatawijaya et al., "Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online," *Jurnal Sains Dan Informatika* 5, no. 2 (2019): 128-37, <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>.

mengumpulkan respons yang signifikan, peneliti melanjutkan dengan melakukan tabulasi data menggunakan Microsoft Excel, dan hasil tabulasi tersebut terdokumentasikan dalam Tabel 1. Tabel ini memuat ringkasan dan organisasi data, yang mencakup hasil tanggapan mahasiswa terhadap berbagai pertanyaan dalam angket.

Proses tabulasi data di MS Excel menjadi kunci untuk merinci, mengorganisir, dan menganalisis informasi yang terkumpul dengan lebih terstruktur. Tabel 1 memberikan gambaran yang sistematis terhadap distribusi data dan variasi tanggapan di antara responden. Hasil tabulasi ini menjadi dasar untuk melanjutkan analisis statistik yang lebih mendalam guna mendapatkan pemahaman yang lebih akurat tentang pola dan tren yang mungkin muncul dari dataset tersebut. Dengan jumlah responden sebanyak 91 orang, diharapkan bahwa Tabel 1 akan memberikan representasi yang solid terhadap pandangan mahasiswa, memperkuat kevalidan temuan dalam konteks penelitian ini.

Tabel 1. Deskripsi Data

	X1	X2	Y
Valid	91	91	91
Missing	1	1	1
Mean	73.099	72.235	81.026
Std. Deviation	13.140	15.586	16.925
Variance	172.672	242.924	286.463
Minimum	42.670	34.670	24.440
Maximum	100.000	100.000	100.000

Berdasarkan Tabel 1 yang menyajikan hasil analisis statistik deskriptif, dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai variabel yang diamati dalam penelitian ini. Pertama, jika kita fokus pada variabel X1 yang mengukur penggunaan media sosial, rata-rata responden menunjukkan skor sebesar 73.099, dengan variasi data yang relatif rendah, tercermin dari nilai variance yang sebesar 172.672 dan standar deviasi sebesar 13.140. Nilai minimum penggunaan media sosial adalah 42.670, sementara nilai maksimumnya mencapai 100, menunjukkan keragaman signifikan dalam pola penggunaan media sosial di kalangan responden. Selanjutnya, variabel X2 yang mencerminkan budaya akademis menunjukkan rata-rata sebesar 72.235, dengan variasi data yang lebih tinggi dibandingkan variabel X1, tergambar dari nilai variance sebesar 242.924 dan standar deviasi sebesar 15.586. Rentang nilai antara skor minimum sebesar 34.67 dan maksimum sebesar 100 menunjukkan keragaman besar dalam persepsi responden terhadap budaya akademis.

Terakhir, variabel Y yang mengukur etika berbusana muslim memiliki rata-rata sebesar 81.026, dengan variasi data yang cukup tinggi, tercermin dari nilai variance sebesar 286.463 dan standar deviasi sebesar 16.925. Nilai minimum yang rendah sebesar 24.44 dan maksimum yang tinggi sebesar 100 menunjukkan adanya variasi yang signifikan dalam penilaian etika berbusana muslim di kalangan responden. Secara keseluruhan, hasil statistik deskriptif ini memberikan gambaran mengenai distribusi data untuk setiap variabel dalam penelitian ini. Penggunaan media sosial, budaya akademis, dan etika berbusana muslim menunjukkan variasi yang cukup besar di antara responden, yang memberikan dasar untuk analisis lebih lanjut terkait hubungan dan pengaruh antar variabel tersebut.

2. Uji Hipotesis

Berdasarkan data Tabel 1, selanjutnya penulis melakukan uji hipotesis untuk mengetahui perbedaan media sosial dan budaya akademis terhadap etika berbusana Muslim mahasiswa. Adapun hasil uji t sesuai Tabel 2.

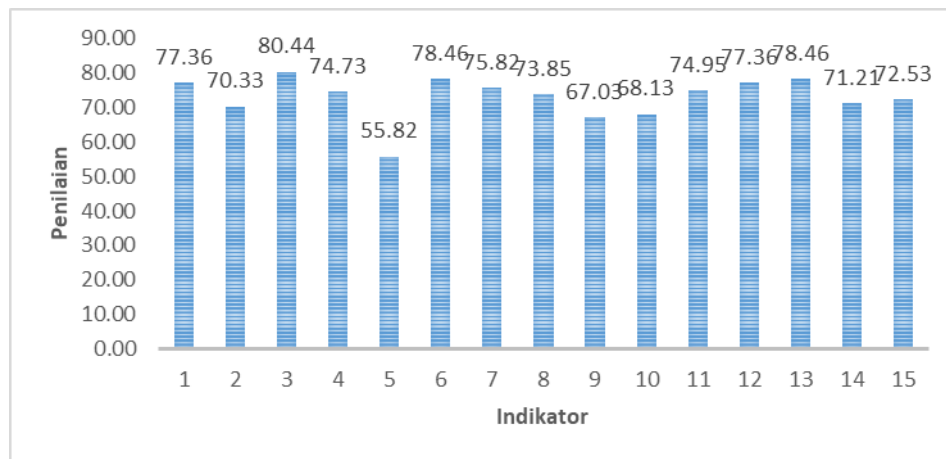
Tabel 2. *Paired Samples T-Test*

Measure 1	Measure 2	t	df	p
X1	X2	0.773	90	0.441

Tabel 2 yang menggambarkan hasil Paired Samples T-Test untuk riset dengan menunjukkan nilai t-test sebesar 0.773 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.441. Hasil ini mengindikasikan bahwa perbandingan antara penggunaan media sosial (X1) dan budaya akademis (X2) terhadap etika berbusana muslim mahasiswa tidak secara signifikan berbeda. Secara lebih rinci, nilai t-test yang mendekati nol sebesar 0.773 yang menandakan bahwa perbedaan antara rata-rata kedua kelompok (penggunaan media sosial dan budaya akademis) tidak signifikan. Nilai Sig. yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang umumnya digunakan sebesar $0.441 > 0.05$ menunjukkan bahwa tidak ada cukup bukti statistik untuk menolak hipotesis nol, yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara penggunaan media sosial dan budaya akademis terhadap etika berbusana muslim mahasiswa. Hasil ini dapat diartikan bahwa dalam konteks penelitian ini, penggunaan media sosial dan budaya akademis cenderung tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap etika berbusana muslim mahasiswa. Faktor-faktor lain mungkin turut berperan dalam membentuk etika berbusana muslim mahasiswa, dan temuan ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman lebih lanjut mengenai hubungan antara media sosial dan budaya akademis terhadap etika berbusana muslim mahasiswa di Kota Mataram. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi institusi pendidikan dan pembuat kebijakan dalam merancang program dan kebijakan yang mendukung etika berbusana yang sesuai di lingkungan akademis.

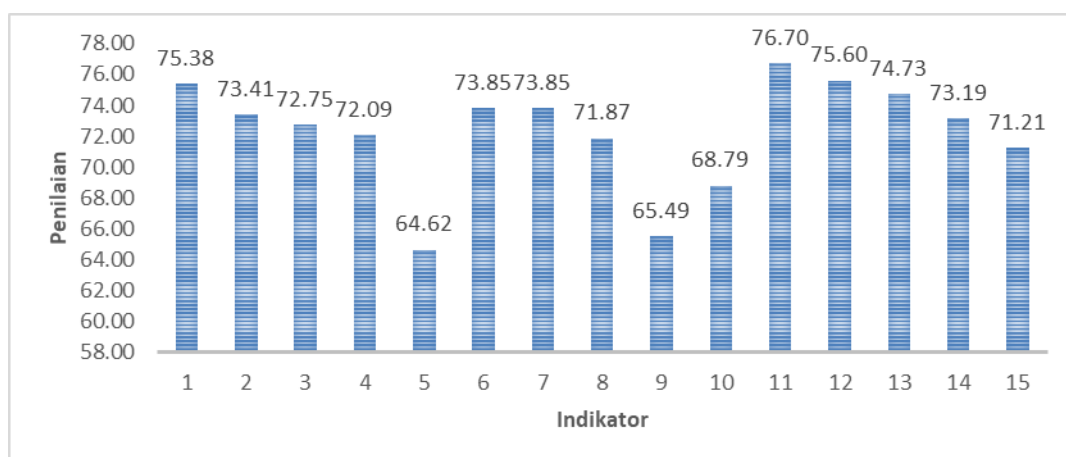
3. Penilaian Indikator Variabel

Penilaian indikator variabel (X1) penggunaan media sosial pada aspek kepatuhan terhadap etika berbusana Muslim mahasiswa menunjukkan nilai mean sebesar 73.10 (Gambar 1). Hasil ini mengindikasikan bahwa secara umum, mahasiswa memberikan penilaian yang cukup positif terkait dengan kepatuhan terhadap etika berbusana Muslim melalui penggunaan media sosial. Namun, ditemukan nilai minimum yang rendah, yakni 15, yang mencerminkan adanya sebagian responden yang memberikan penilaian sangat rendah terkait dengan kepatuhan terhadap etika berbusana Muslim melalui media sosial.



Gambar 1. Indikator Variabel X1

Selain itu, perhatian perlu diberikan terhadap nilai maksimum yang sangat tinggi, yakni 1096.48, yang terkait dengan indikator kesadaran etika berbusana Islam. Nilai ini menunjukkan adanya sebagian responden yang memberikan penilaian jauh di atas nilai mean, menggambarkan tingkat kesadaran etika berbusana Islam yang sangat tinggi melalui penggunaan media sosial. Perbedaan yang signifikan antara nilai minimum dan maksimum menunjukkan keragaman yang mencolok dalam tanggapan mahasiswa terhadap kepatuhan dan kesadaran etika berbusana Muslim melalui media sosial. Faktor-faktor seperti pemahaman terhadap nilai-nilai agama, interpretasi etika berbusana, dan pengalaman pribadi mungkin berkontribusi pada variasi ini. Oleh karena itu, dalam analisis lebih lanjut, perlu dilakukan eksplorasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan persepsi mahasiswa terhadap variabel ini guna memahami dinamika yang lebih mendalam. Temuan ini dapat memberikan wawasan yang berharga untuk pengembangan strategi pendidikan dan kesadaran etika berbusana Islam di kalangan mahasiswa. Adapun pemilihan masing-masing indikator variabel budaya akademis dapat dilihat di Gambar 2.

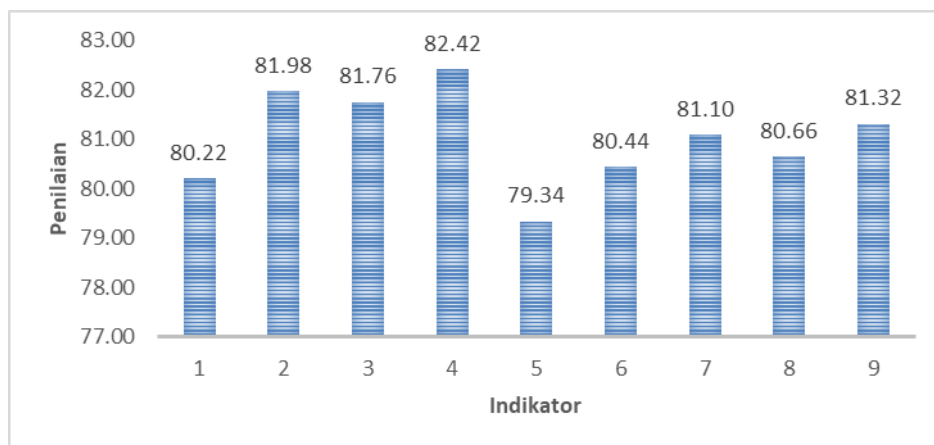


Gambar 2. Indikator Variabel X2

Penilaian indikator variabel (X2) budaya akademis terhadap etika berbusana Muslim menghasilkan nilai mean sebesar 72.23. Nilai ini mencerminkan penilaian rata-rata mahasiswa terhadap budaya akademis di lingkungan kampus terkait dengan etika berbusana Muslim. Meskipun terdapat nilai yang cukup positif, ditemukan nilai minimum sebesar 15 pada

indikator Penelitian dan Publikasi terkait Busana Muslim. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa memberikan penilaian yang rendah terhadap upaya institusi akademis dalam menghasilkan penelitian atau publikasi terkait dengan busana Muslim. Di sisi lain, terdapat nilai maksimum yang sangat tinggi, yakni 1083.52, pada indikator Penerapan Nilai-Nilai Etika dalam Proses Pembelajaran. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian mahasiswa memberikan penilaian yang sangat tinggi terkait dengan sejauh mana nilai-nilai etika berbusana Muslim diintegrasikan dalam proses pembelajaran. Perbedaan yang signifikan antara nilai minimum dan maksimum mencerminkan adanya variasi dalam persepsi mahasiswa terhadap peran budaya akademis dalam mendukung etika berbusana Muslim.

Penilaian yang tinggi pada indikator Persepsi Dosen dan Rekan Sejawat memberikan indikasi bahwa mahasiswa menganggap peran dosen dan rekan sejawat sebagai faktor penting dalam membentuk budaya akademis terkait etika berbusana Muslim. Namun, perlu perhatian khusus terhadap nilai minimum pada indikator Penelitian dan Publikasi terkait Busana Muslim, yang menunjukkan perlunya perbaikan atau peningkatan dalam hal ini. Temuan ini memberikan landasan untuk mengidentifikasi area-area potensial yang memerlukan perhatian lebih lanjut dalam upaya meningkatkan budaya akademis yang mendukung etika berbusana Muslim di lingkungan kampus. Evaluasi terhadap indikator-indikator ini dapat memberikan panduan bagi institusi akademis untuk mengembangkan strategi dan kebijakan yang lebih efektif dalam menciptakan lingkungan yang mendukung nilai-nilai etika berbusana Muslim di kalangan mahasiswa.



Gambar 3. Indikator Variabel Y

Pada Gambar 3 menjelaskan bahwa penilaian indikator variabel (Y) etika berbusana muslim mahasiswa menghasilkan nilai mean sebesar 81.03, mencerminkan tingkat penilaian rata-rata mahasiswa terhadap etika berbusana Muslim. Indikator "tidak menampakkan tubuh" mendapatkan nilai minimum sebesar 9, menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa memberikan penilaian yang sangat rendah terhadap upaya untuk tidak mengekspos tubuh dalam berbusana Muslim. Sementara itu, terdapat nilai maksimum yang sangat tinggi, yakni 729.23, pada indikator "tidak menimbulkan perasaan riya". Nilai ini mencerminkan bahwa sebagian mahasiswa memberikan penilaian yang sangat positif terhadap usaha untuk tidak menciptakan kesan riya dalam berbusana Muslim. Perbedaan yang signifikan antara nilai minimum dan maksimum menunjukkan variasi persepsi yang cukup besar terkait dengan indikator-etika berbusana Muslim di kalangan mahasiswa.

Indikator "memanjangkan pakaian" dengan nilai minimum yang relatif rendah menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa memberikan penilaian yang kurang positif terkait dengan upaya memanjangkan pakaian sesuai dengan etika berbusana Muslim. Evaluasi terhadap indikator ini dapat memberikan informasi berharga terkait dengan pemahaman dan implementasi etika berbusana Muslim yang mungkin perlu diperkuat dalam konteks penelitian ini. Hasil ini memberikan dasar untuk memahami variabilitas persepsi mahasiswa terkait etika berbusana Muslim dan dapat menjadi landasan untuk pengembangan program atau kebijakan yang lebih efektif di lingkungan kampus. Dengan mengevaluasi setiap indikator, institusi pendidikan dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian lebih lanjut untuk meningkatkan kesadaran dan praktik etika berbusana Muslim di kalangan mahasiswa. Temuan ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi lembaga pendidikan dalam mengarahkan upaya mereka untuk menciptakan lingkungan yang mendukung nilai-nilai etika berbusana Muslim.

D. Simpulan

Perkembangan media sosial sekarang banyak digunakan oleh masyarakat termasuk pelajar, juga mempengaruhi terhadap fashion siswa yang ikut model serta diiklankan atau dipromosikan di media sosial yang mudah diakses melalui jaringan internet, yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh penjual online shop menggunakan media sosial. Hasil riset dengan judul "Komparasi penggunaan media sosial (X1) dan budaya akademis (X2) terhadap etika berbusana muslim mahasiswa" menunjukkan nilai t-test sebesar 0.773 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.441. Hasil ini mengindikasikan bahwa perbandingan antara penggunaan media sosial (X1) dan budaya akademis (X2) terhadap etika berbusana muslim mahasiswa tidak secara signifikan berbeda. Secara lebih rinci, nilai t-test yang mendekati nol (0.773) menandakan bahwa perbedaan antara rata-rata kedua kelompok (penggunaan media sosial dan budaya akademis) tidak signifikan. Nilai Sig. yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang umumnya digunakan ($0.441 > 0.05$) menunjukkan bahwa tidak ada cukup bukti statistik untuk menolak hipotesis nol, yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara penggunaan media sosial dan budaya akademis terhadap etika berbusana muslim mahasiswa. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan bagi dunia pendidikan dalam beberapa aspek. Pertama, penelitian ini menambah literatur ilmiah terkait pengaruh media sosial dan budaya akademis terhadap perilaku mahasiswa, khususnya dalam konteks etika berbusana muslim. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang variabel-variabel tersebut, institusi pendidikan dapat merumuskan kebijakan yang lebih efektif untuk membina dan mengarahkan mahasiswa dalam menerapkan etika berbusana yang sesuai dengan nilai-nilai akademis dan budaya lokal.

Kedua, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan program-program edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang pentingnya etika berbusana. Program-program ini dapat berupa seminar, workshop, atau kampanye media sosial yang dirancang untuk mempromosikan nilai-nilai berpakaian yang sesuai dengan norma akademis dan religius. Ketiga, penelitian ini juga memberikan wawasan bagi para pendidik dan pemangku kepentingan dalam memahami dinamika interaksi antara media sosial dan budaya akademis. Hal ini penting untuk menciptakan lingkungan akademis yang tidak hanya fokus pada prestasi akademik, tetapi juga pada pengembangan karakter dan etika mahasiswa.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pembentukan kebijakan dan praktik pendidikan yang lebih holistik dan berorientasi pada pengembangan karakter mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Roza. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Fashion Mahasiswa Sosiologi Universitas Teuku Umar," 2022, 4.
- Damayanti, Adelia Regina, Linda Anjarsari, And Namira Anjani. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar." *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (Jkomdis)* 2, No. 3 (2022): 217. <https://doi.org/10.47233/Jkomdis.V2i3.329>.
- Dini Dwi Cahyani. "Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dalam Interaksi Sosial (Study Kasus Di Sma Negeri 11 Teluk Betung Timur Bandar Lampung)." *Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung* 1, No. September (2020): 25–34.
- Dwina, Novitsa, Lambang Tendy Ambodo, Novitsa Dwina Kurniaputri, Ummu Khatijah, And Winda Ika Riyani. "Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Di Dusun Tugu, Desa Ngromo, Kecamatan Nawangan, Kabupaten Pacitan." *Academica : Journal Of Multidisciplinary Studies* 5, No. 2 (2021): 293–306. <https://doi.org/10.22515/Academica.V5i2.4124>.
- Dwistia, Halen, Meilisa Sajdah, Octa Awaliah, And Nisa Elfina. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam." *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1, No. 2 (2022): 81–99. <https://doi.org/10.61094/Arrusyd.2830-2281.33>.
- Elvera, Resi Sepsilia, And Widiastuti. "Pengaruh Kesenjangan Sosial Ekonomi Terhadap Gaya Berbusana Mahasiswa." *E-Journal Kemensos*, 2019.
- Istiani, Nurul, And Athoillah Islamy. "Fikih Media Sosial Di Indonesia." *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Perbankan Islam* 5, No. 2 (2020): 202–25. <https://doi.org/10.32923/Asy.V5i2.1586>.
- Izza Syafira. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Pada Busana Muslim Siva Di Sidoarjo," 2020, 1–88.
- Khairah, Himmatul, And Shuri Mariasih Gietty Tambunan. "Teknologi Digital Sebagai Media Objektifikasi Perempuan: Kajian Kritis Media Sosial." *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni* 3, No. 2 (2019). <https://doi.org/10.24912/Jmishumsen.V3i2.3507.2019>.
- Kristiyono, Jokhanan. "Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat." *Scriptura* 5, No. 1 (2015): 23–30. <https://doi.org/10.9744/Scriptura.5.1.23-30>.
- Addib Wahyu Hidayat, Ahmad Najeri, Nadia Mei Safitri, Noorhikmah Maulina, Nor Azizah: "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Untuk Mengant." *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, No. 6 (2022): 1–10.
- Nafi'ah, Istiana Malikatin, And Ali Anwar. "Etika Berbusana Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Perspektif Kode Etik Iain Kediri." *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman* 31, No. 2 (2020): 293–306. <https://doi.org/10.33367/Tribakti.V31i2.1099>.
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, Widiatry Widiatry, Ressa Priskila, And Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra. "Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online." *Jurnal Sains Dan Informatika* 5, No. 2 (2019): 128–37. <https://doi.org/10.34128/Js.V5i2.185>.

- Puspitarini, Dinda Sekar, And Reni Nuraeni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi." *Jurnal Common* 3, No. 1 (2019): 71–80. <https://doi.org/10.34010/Common.V3i1.1950>.
- Safitri, Yunita, And Heidy Arviani. "Peran Konten Promosi Spill Outfit Di Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Remaja Putri Surabaya." *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, No. 7 (2023): 5253–62. <https://doi.org/10.54371/Jiip.V6i7.2372>.
- Shintia Rizky Ananda. "Prilaku Komunikasi Milenial Pengguna Media Sosial," 2021.
- And Siti Latifatul Mahmudah. "Institut Agama Islam Negeri Jember Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan September 2017," 2017.
- Tasruddin, Ramsiah. "Tren Media Online Sebagai Media Promosi." *Jurnal Mercusuar* 2, No. 1 (2021): 16–21.
- Wahyudi, Hendro Setyo, And Mita Puspita Sukmasari. "Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat." *Jurnal Analisa Sosiologi* 3, No. 1 (2018). <https://doi.org/10.20961/Jas.V3i1.17444>.
- Whulandhari, Anisha. "Pengaruh Penggunaan Tiktok Dan Budaya Sekolah Terhadap Etika Berbusana Muslim Siswa Kelas XI Sma Muhammadiyah 2 Tangerang Tahun Ajaran 2021/2022," No. November (2022): 55.