



PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA MASJID AL-MUAWANAH

Lailan Rafiqah, Muharrani, Akso Fajar Kusuma

STAI Diniyah

Lailan@diniyah.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan meneliti pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan remaja masjid Al- Muawanah kota Pekanbaru. Menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data *Correlations coefficient product moment* berdasarkan SPSS Versi 26. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan angket, populasi sebanyak 30 remaja masjid Al Muawanah. Hasil penelitian menemukan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku keagamaan remaja masjid Al-Muawanah. Nilai koefisien korelasi berjumlah 0,828 (82,8%) berada pada interval 0,81-1,00. Ini menunjukkan bahwa variabel independent (Media Sosial) berpengaruh terhadap variabel dependent (Perilaku Keagamaan Remaja Masjid). Koefisien regresi X berjumlah 0,667 menandakan setiap penambahan 1% nilai media sosial, bertambah nilai Perilaku Keagamaan sebesar 0,667. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif, maka nilai koefisien determinasi 0,686 (68,6%). Terdapat pengaruh yang signifikan antara Media Sosial terhadap Perilaku Keagamaan remaja masjid Al-Muawanah kota Pekanbaru.

Kata Kunci: Media Sosial, Perilaku Keagamaan, Remaja.

Abstract

This study aims to examine the influence of social media on the religious behaviour of adolescents at the Al-Muawanah mosque in Pekanbaru. Using quantitative methods with data analysis techniques *Correlations coefficient product moment* based on SPSS Version 26. Data collection techniques through observation, interviews and questionnaires, a population of 30 young people at the Al Muawanah mosque. The results of the study found that social media had a positive effect on the religious behaviour of adolescents at the Al-Muawanah mosque. The correlation coefficient value is 0.828 (82.8%) in the interval 0.81-1.00. This shows that the independent variable (Social Media) influences the dependent variable (Religious Behaviour of Mosque Youth). The regression coefficient X is 0.667 indicating that for every 1% addition of social media value, the value of Religious Behaviour increases by 0.667. The regression coefficient is positive, so the direction of the influence of variable X on Y is positive, so the coefficient of determination is 0.686 (68.6%). There is a significant influence between Social Media on the Religious Behaviour of adolescents at the al-muawanah mosque, Pekanbaru city.

Keywords: Social Media, Religious Behaviour, Adolescents.

Pendahuluan

Media sosial merupakan media terbaru bagian dari rumpun mass media sebagai generasi dari komunikasi massa. Entitasnya didukung oleh produk teknologi modern

yang bisa diakses melalui jaringan *online*. Jika dalam beberapa dekade kebutuhan primer masyarakat baik kota maupun pedesaan hanya tertumpu pada pangan, sandang dan papan, namun eksistensi media sosial pada saat ini mampu merubah dan menambah jumlah kebutuhan pokok kehidupan, yaitu kebutuhan berinteraksi secara virtual dengan menggunakan sosial media yang menggunakan data seluler dengan nominal berbayar. Sebagai pendatang baru yang begitu cepat menggeser interaksi sosial secara manual menjadi virtual, tentu produk mutakhir ini memiliki pengaruh, baik itu positif maupun negatif.

Kecenderungan manusia terhadap media sosial begitu masif, menyentuh segala usia, terkhusus bagi generasi milenial atau disebut dengan generasi z¹ atau kaum remaja. Remaja adalah golongan umur menuju dewasa, pada posisi di antara masa lepas masa anak-anak dan golongan dewasa.²

Perspektif Islam menyatakan bahwa remaja adalah generasi penerus yang mewarisi ajaran agama Islam dan memperjuangkan nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek kehidupannya dengan skema utama mengikuti apa yang diperintahkan Allah Subhana wa Ta'ala dalam al-Qur'an dan sunnah Rasulullah Shalallahu 'alaihi wasallam. Untuk menyiapkan generasi masa depan (*syabâbul yaumi rijâlul ghad*)³ dan pewaris nilai-nilai Islam, remaja harus berbekal akhlak, ilmu, iman, dan beramal berdasarkan petunjuk agama kita Islam yang mana berpedoman pada al-Qur'an dan Sunnah maqbullah.

Tumbuh dan berkembangnya produk teknologi modern; media sosial bersempadan dengan tahun lahir dan tumbuhnya generasi remaja saat ini. Sehingga pakar teknologi menyebutnya generasi remaja saat ini adalah generasi *native digital* atau generasi yang terbiasa berinteraksi, berkomunikasi, dan mengelola informasi di ruang *virtual* dan media sosial.

Suburnya industri *flatform* media sosial yang populer seperti jenis *social networking* contohnya *facebook*, *twitter*, *linkedln*, atau jenis *media sharing networks*

¹ Generasi Z adalah generasi muda atau remaja yang lahir pada tahun 2000 – 2015 atau disebut juga dengan generasi milenium yang lahir di era dunia teknologi digital, dilansir dari BBC, Alexis Abramson, seorang ahli dalam pengelompokan generasi. <http://www.brainsacademy.id/blog/karakteristik-generasiboomer-x-y-z-alpha#>

² Shoffa Saifillah Al-Faruq dan Sukatin, *Psikologi Perkembangan*, (Cv Budi Utama: Yogyakarta, 2020), Cet I, hlm.170 ³ Pepatah arab, شَبَابُ الْيَوْمِ رِجَالُ الْغَدِ artinya : pemuda hari ini adalah pemimpin masa depan. Syabâb memiliki akar makna: kekuatan, baru, indah, tumbuh, awal segala sesuatu, atau kata bermakna positif yang lebih dekat dengan optimisme. Lailan Rafiqah, "*Konsep Ibnu Qayyim AL-Jauziyyah Tentang Perlindungan Hak Anak Dalam Keluarga*" Disertasi Doktor, Hukum Keluarga, Universitas Islam Negeri Suska Riau, 2020. hlm. 4

yang fokus berbagi foto dan video seperti : Instagram, Youtube, Snapchat dan TikTok, media *social chatting* seperti Whatsapp dan Telegram, serta *live stream social media* yang semakin populer dengan cara melakukan *broadcast* video secara langsung berbagai ke khalayak, atau sebaliknya hanya menonton konten para streamer, menjadi etalase online yang menyediakan koleksi beragam informasi secara digital. Dan tentu saja hal ini memberikan pengaruh secara pemikiran, perasaan bahkan perilaku bagi penggunanya, terutama bagi kaum remaja, khususnya remaja Islam yang berkomunikasi pada perkumpulan remaja masjid.

Terdapat identifikasi masalah yang muncul di lapangan, seperti keluhan tentang hadirnya berbagai *platform* yang dikhawatirkan membuat perilaku para remaja khususnya remaja masjid menjadi berubah sehingga kesadaran untuk beribadah juga mengalami penurunan. Media sosial juga dianggap mampu merubah kontak sosial dan interaksi yang berdekatan jadi berjarak, bahkan menjadi pelaku *phubbing*,³ yaitu seseorang yang asyik dengan gawainya atau bermedia sosial tanpa memperdulikan orang-orang yang berada di dekatnya. Bukan itu saja, yang tidak kalah penting dan harus terus diperhatikan adalah kekhawatiran terhadap penurunan adab sopan santun kepada orang tua dan orang lain, serta kurangnya pengetahuan agama di kalangan remaja. Oleh sebab itu, artikel ini mengeksplorasi pertanyaan penelitian sebagai berikut; bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan di kalangan remaja masjid Al-Muawanah di Kelurahan Bambu Kuning Kota Pekanbaru ? Dan apa saja yang menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku keagamaan remaja masjid Al-Muawanah di kelurahan Bambu Kuning Kota Pekanbaru

Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data melalui: 1) observasi yaitu mengamati objek penelitian secara langsung untuk melihat bukti atau fakta di lapangan tentang penggunaan media sosial di kalangan remaja masjid di lokasi tersebut, 2) angket yaitu menyebarkan pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang dilengkapi dengan alternatif jawaban dengan skor nilai antara 1-5 dengan tujuan untuk mengukur respon, pemikiran dan perilaku terhadap suatu materi, hal atau fenomena yang berkenaan dengan nilai beragama di kalangan remaja

³ *Phubbing* adalah istilah baru yang merupakan singkatan dari *phone snubbing*. Istilah ini diperkenalkan oleh sebuah biro iklan di Australia pada tahun 2012.

masjid melalui penggunaan media sosial dan 3) dokumentasi yaitu menginventarisir data melalui photo untuk dijadikan arsip penelitian.

Lokasi penelitian dilakukan di Masjid Al-Muawanah kelurahan Bambu Kuning kota Pekanbaru dan waktu pelaksanaannya pada bulan Juni 2022. Data primer diperoleh langsung dari remaja masjid yang berusia 16 – 24 tahun, data sekunder diperoleh melalui beberapa referensi, pranata atau sumber pustaka dari buku, jurnal ilmiah, kamus, sumber online dari *platform* media sosial yang populer, karya ilmiah seperti disertasi, koran, majalah yang bersinggungan dengan penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja masjid Al-Muawanah yang berjumlah 30 orang.

Tabel 1 : Populasi Remaja Masjid Al-Muawanah

Umur	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
16	3	2	5
17	4	1	5
18	3	2	5
19	4	1	5
20	3	-	3
21	2	1	3
22	1	1	2
23	1	-	1
24	1	-	1
Jumlah	22 orang	8 orang	30 orang

Sumber data Remaja Masjid Al-Muawanah Tahun 2022⁴

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵ Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh, mekanisme ini digunakan karena populasi berjumlah kecil yaitu 30 orang. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sesuai jumlah populasi yang ada yaitu seluruh anggota remaja masjid AlMuawanah sebanyak 30 Orang.

Hasil dan Pembahasan

1. Analisis Deskripsi Data Variabel Media Sosial dan Prilaku Keagamaan Remaja Masjid

Media sosial dirilis pada 24 Mei 1844 secara sederhana dengan menggunakan mesin telegraf dan pertama sekali Samuel Morse mengirimkan pesan telegraf publik,

⁴ Sumber data Remaja Masjid Al-Muawanah Tahun 2022

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung, Alfabeta: 2017), Cetakan ke-25, hlm.81

sekaligus sejarah dasar komunikasi digital berbarengan hadirnya asal usul internet modern,

Media sosial adalah salah satu *platform* yang digunakan untuk berinteraksi, berkomunikasi, bersosialisasi dan menggali informasi, berbagi foto dan video secara online dengan menggunakan internet. Menurut Chris Brogan media sosial adalah sebuah perangkat yang hadir berfungsi sebagai alat komunikasi yang memungkinkan dalam melahirkan warna dan kualitas interaksi gaya baru sejalan dengan tumbuh suburnya teknologi.⁶

Pada tahun 1987 jaringan digital semakin meluas, berkembang dan eksis per dekade dengan terus mengenalkan layanan publik komunikasi berbasis teknologi online seperti CompuServe, American Online, Friendster, LinkedIn, dan lain sebagainya. Tahun 2008 muncullah Facebook yang kemudian menjadi media populer dan terbesar di dunia maya.

Beberapa fungsi media sosial, yaitu sebagai:

1. Media komunikasi virtual
 2. Branding (membangun citra diri di mata masyarakat) secara online
 3. Sarana usaha online (media untuk melakukan kegiatan jual beli atau bisnis)
 4. Marketing (media promosi) berbasis online
- Jenis media sosial:
1. *Blog* (jurnal pribadi)
 2. *Social network*, contohnya *Facebook* dan *Twitter*.
 3. *Media sharing network* contohnya *Instagram*, *YouTube*, *Snapchat*, *TikTok*
 4. *Media social chatting*, contohnya seperti *Whatsapp* dan *Telegram*
 5. *Live stream social*, contohnya broadcast video atau Penyiaran sinyal dari suatu sumber ke tempat-tempat lain dalam waktu yang bersamaan.

Media sosial yang diteliti di sini adalah penggunaan dan pengaruh media sosial yang cukup populer di kalangan remaja, yaitu berupa *social network: Facebook*, *media sharing network: Instagram* dan *media social chatting* yaitu *Whatsapp*.

Perilaku keagamaan adalah serangkaian tindakan yang bersumber dari pikiran, terungkap dalam kata-kata dan terwujud dalam tingkah laku berdasarkan pemahaman tentang nilai-nilai agama yang dipercayai untuk menjadi pedoman hidup dalam

⁶ [http://www. Sampoernauniversity.ac.id/id/media-sosial-adalah/](http://www.Sampoernauniversity.ac.id/id/media-sosial-adalah/) diakses 14 Desember 2022

melaksanakan kepatuhan dan ketaatan atas perintah agama dan menjauhi semua larangan agama.

Objek penelitian ini adalah remaja masjid Al Muwanah, tentu perilaku keagamaan yang dikaji adalah agama Islam. Dalam memahami agama Islam, dilakukan dengan dua pendekatan yaitu pendekatan normatif dan pendekatan non normatif. Kedua pendekatan ini saling beriringan dan menguatkan, tidak bisa dilepaskan satu sama lain, terlebih di era industri teknologi yang semua informasi bisa diakses dengan cepat, demikian juga dengan perubahan sosial yang berlangsung dengan cepat yang mempengaruhi kualitas pemikiran dan pengalaman hidup orang.

Pengertian agama secara normatif memberi muatan ajaran agama Islam yang kaffah berdasarkan sumber hukumnya yaitu al-Qur'an dan as-Sunnah, meliputi bidang Aqidah, Ibadah dan Akhlaq.

Sedangkan pendekatan non-normatif merupakan pasangan dari pendekatan normatif berdasarkan wahyu, yang mana titik tekanannya lebih memfokuskan pembicaraan intelektual tentang cara mengerti dan membagikan ajaran agama dengan menggunakan hasil penelitian-penelitian ilmu sosial yang telah berkembang pesat mulai abad ke-19 dan ke-20, yang mencakup pendekatan sosiologis, psikologis, historis dan filosofis.⁷ Pemahaman agama Islam dari kedua pendekatan tersebut, akan berpengaruh terhadap perilaku keagamaan seseorang, terutama remaja. Pemahaman agama secara normatif yang paling fundamen adalah aqidah Islam yang bersumber pada al-Qur'an dan Sunnah akan membuat penganutnya mengimani, meyakini dan mengamalkan apa saja yang disampaikan oleh Allah Subhana wa Ta'ala dalam al-Qur'an.

Aqidah adalah sesuatu yang dipercaya dengan hati, dilafalkan dengan lisan dan dipraktekkan dengan anggota tubuh. Aqidah adalah inti, fondasi awal untuk mendirikan bangunan. Semakin tinggi bangunan yang akan didirikan maka harus semakin kokoh fondasi yang dibuat. Jika fondasinya tidak kuat bangunannya akan mudah roboh, tidak ada bangunan tanpa fondasi. Apabila ajaran Islam dibagi dalam sistematika; 1) Aqidah, Ibadah, Akhlak, atau 2) Aqidah, Syari'ah, Akhlak atau 3) Iman, Islam, Ihsan, pada hakikatnya ke-tiga unsur tersebut tidak bisa diceraikan beraikan sama sekali. Antara satu unsur dengan unsur yang lain mempunyai keterikatan yang kuat.⁸

⁷ Yunahar Ilyas, *Kuliah Aqidah Islam*, (Yogyakarta, LPPI, 2018), hlm. vii

⁸ *Ibid*, hlm. 10

Individu yang memiliki dasar keyakinan yang kuat dalam hal ini aqidah, dijamin akan melakukan ibadah sesuai aturan yang dibuat oleh agamanya tersebut (tertib), memiliki akhlaq yang agung dan berinteraksi dengan baik. Ibadah seseorang tidak akan diterima oleh Allah Subhana wa Ta'ala jika tidak didasari dengan keyakinan. Seseorang tidaklah disebut memiliki akhlak yang baik jika tidak memiliki keyakinan yang benar. Begitu seterusnya saling terkait dan saling menguatkan.

Individu bisa saja berargumentasi untuk menghindari dari kewajiban pokok, seperti menunaikan zakat, namun ia tidak akan bisa lari dari keyakinan (aqidah). Atau individu tersebut bisa saja bersandiwara melakukan ajaran pokok Islam, tetapi Allah Subhana wa

Ta'ala tidak akan menghadihkan nilai terhadap usahanya jika tidak didasari dengan keyakinan (aqidah) yang lurus.

Perilaku keagamaan seseorang akan tercermin apabila seseorang memahami, mengimani atau meyakini dengan sepenuh hati sumber ajaran formal Islam kemudian diucapkan dengan lisan secara benar dan sempurna serta dimanifestasikan oleh seluruh tubuh. Dalam hubungannya dengan Allah Subhana wa Ta'ala, seseorang yang beriman akan menjalankan tugasnya sebagai hamba dengan beribadah hanya kepada-Nya, dinyatakan dalam Q.S. Adz-Dzariyat/51: 56

"Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku"

Tugas kedua adalah sebagai khalifah yang memakmurkan bumi, sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Al Baqarah/2: 30

"Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi"..."

Tugas kedua sebagai pemimpin di muka bumi sangat erat kaitannya dengan hubungan antara sesama. Menjalankan tugas sebagai hamba dan sebagai khalifah yang memakmurkan bumi merupakan wujud dari perilaku keagamaan yang muncul dengan berpedoman kepada ajaran akhlaq dalam Islam dengan sumber utamanya adalah wahyu Ilahi yang tertulis dalam al-Qur'an dan sunnah.⁹ Budi pekerti dalam Islam bukanlah budi pekerti yang kondisional dan situasional, tetapi budi pekerti yang benar-benar

⁹ Rasulullah Shalallahu alaihi wasallam bersabda: "Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlaq yang mulia." (HR. Baihaqi)

mempunyai nilai yang tidak bisa ditawar untuk mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Remaja diartikan mulai dewasa, golongan muda atau pemuda,¹⁰ remaja juga diidentikkan dengan golongan umur transisi dari masa anak-anak menuju dewasa. Remaja berada di fase perkembangan fisik, perkembangan kecerdasan kognitif dan psikososial serta fase keingintahuannya yang meningkat. Masa remaja termasuk waktu yang potensial untuk dapat diperdanakan secara tepat dan hebat.

Dari sisi pemikiran atau kognitif, selayaknya remaja sudah bisa membedakan mana yang baik dan benar serta dapat menghindari apa yang dilarang dalam agama Islam, karena di masa ini mereka sudah mulai mempelajari, memahami dan mengamalkan berbagai ilmu; agama, sains, bahasa dan sosial.

Dari sisi psikososial, remaja memasuki tahapan bisa mencerna berbagai informasi, dan merespon informasi tersebut secara timbal balik, tetapi mereka tetap perlu bimbingan untuk menemukan arah hidup yang baik serta mampu memberi manfaat bagi diri sendiri, orang tua, keluarga dan masyarakat luas.

Dalam Islam ketika seseorang disebut remaja, ditandai dengan akil baligh. Golongan muda yang bermakna kekuatan, baru, indah, tumbuh, awal segala sesuatu dalam konotasi positif penuh optimisme pembawa kebesaran muslimin. Begitu besarnya harapan terhadap remaja (baligh), seorang pakar sejarah Islam dan pendidikan menyatakan bahwa remaja diharapkan menjadi “generasi kurma”. Pohon kurma adalah pohon yang memiliki keberkahan pada semua unsur pohonnya yang indah dan bentuknya yang bagus memberi keteduhan di padang pasir. Buahnya enak, kaya nutrisi dan buahnya terus menerus. Dari buah pertama yang muncul sampai buahnya kering, semua bisa dikonsumsi. Dahannya bisa dijadikan tiang, tongkat, daunnya tidak pernah gugur dan bisa dimanfaatkan menjadi tikar, tali, bejana dan lainnya, bahkan bijinya bisa jadi makanan bagi unta.¹¹

Filosofi ‘generasi kurma’ didasari atas riwayat Ibnu Hajar yang menjelaskan bahwa “Dalam *Al Mushonaf* di Bab Tafsir dari jalan Nafi’ dari Ibnu Umar berkata: Kami sedang bersama Rasulullah shallallahu alaihi wasallam beliau bersabda: Beritahukan kepadaku sebuah pohon yang perumpamaannya seperti muslim, tidak pernah rontok daunnya, tidak...tidak...tidak... Disebutkan kata tidak tiga kali. Dikatakan dalam

¹⁰ Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), hlm. 739

¹¹ Budi Ashari, *Sentuhan Parenting* (Pustaka Nabawiyyah, Depok, 2019), hlm. 54-57

tafsirnya: Tidak terputus buahnya, tidak hilang bayangannya dan tidak putus manfaatnya. Adapun dalam riwayat Muslim kata tidak disebutkan hanya sekali.” (Fathul Bari)¹²

Perumpamaan orang beriman, semua kebaikan karena ketaatan yang kokoh, akhlak mulia, menjaga sholat, puasa, baca al-qur'an, mengingat Allah, sedekah, mempererat persaudaraan silaturahmi, dan semua ketaatan itu, diumpamakan seperti muslim dan kurma.

Dari usia yang digolongkan mulai dewasa, muda atau pemuda, remaja berproses memasuki tahapan kesempurnaan. Mulai masa usia dini, kemudian memasuki usia baligh hingga dewasa harus sudah ada kebaikan sehingga bisa dimanfaatkan sebagai generasi izzah¹³. Tidaklah tepat anggapan bahwa usia baligh dianggap usia yang bisa diasumsikan pada kegalauan sehingga usia emas itu lenyap tak berbekas tanpa ada manfaat. Idealnya semakin matang usia seseorang, harus semakin matang ilmu, iman, jiwa, akal untuk kokoh dalam kebaikan dan teguh dalam menolak keburukan di sekelilingnya. Dan tidaklah benar usia tua adalah usia pensiun dalam karya. Karena sebaik-baik orang adalah yang bermanfaat bagi orang lain pada setiap fase dan tidak terbawa arus kerusakan dengan berbagai alasan.

Bahkan ada kalanya menyalahkan zaman dan peradaban serta mengambang hitamkan kemajuan teknologi yang dipergunakan secara negatif sehingga terpengaruh oleh budaya yang tak wajar, kemudian para orang tua mengeluhkan perilaku remaja tersebut yang mudah terpengaruh dan ikut-ikutan (*Imma'ah*). Padahal seninya jika memaknai zaman dan perdana dengan baik serta mempergunakan produk teknologi modern seperti *gadget* (telepon seluler) dengan *platform* media sosial dengan baik dan benar akan memberikan manfaat seperti efisiensi dan keefektifan dalam menjalankan tugas sehari-hari.

Analisis Deskripsi Data Variabel Media Sosial dan Prilaku Keagamaan Remaja Masjid; data variabel media sosial (variable X) dan prilaku keagamaan remaja (variable Y) masjid Al-Muawwanah diambil dari jawaban responden yang berjumlah 30 orang.

Adapun deskripsi olah data dapat dilihat pada table di bawah ini:

¹² *Ibid*, hlm. 55

¹³ *Izzah* adalah kemenangan, kemuliaan, harga diri yang tinggi, antonim dari *imma'ah* yang berarti kekalahan, kehinaan, remehnya harga diri dan ikut-ikutan. *Ibid*, hlm. 162

Tabel 2. Persentase Rata-rata Penggunaan Media Sosial (Variabel X)

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Lamanya waktu menggunakan media sosial di atas 3 jam	10	36,67	36,67	16,67	0
2	Lamanya waktu menggunakan media sosial selama 3 jam	26,67	20	40	10	3,33
3	Lamanya waktu menggunakan media sosial kurang dari 3 jam	26,67	20	40	10	3,33
4	Bermedia sosial mengakibatkan remaja kurang respon kepada orangtua	10	40	30	16,67	3,33
5	Bermedia sosial mengakibatkan remaja kurang patuh kepada orangtua	13,33	46,67	26,67	10	3,33
6	Lebih sering menggunakan media sosial dari pada membaca Al-Qur'an	16,67	40	33,33	3,33	6,67
7	Bermedia sosial bermanfaat untuk menyambng komunikasi jarak jauh antar keluarga dan teman	20	36,67	30	10	3,33
8	Adanya media sosial populer seperti Facebook memberi kemudahan bagi remaja untuk mendapatkan informasi dewasa	16,67	50	23,33	6,67	3,33
9	Adanya <i>media social chatting</i> ; WhatsApp membuat remaja mudah melakukan bullying terhadap oranglain	26,67	33,33	40	10	3,33

10	Adanya <i>media sharing networks</i> : Instagram memfasilitasi remaja untuk bersikap sombong kepada orang lain	30	33,33	26,67	6,67	3,33
11	WhatsApp dan Instagram merupakan <i>platform</i> yang sering dipakai.	13,33	50	26,67	10	0
12	Facebook merupakan aplikasi yang tidak sering digunakan.	26,67	16,67	46,67	6,67	3,33

Tabel 3. Persentase Keagamaan Remaja Masjid (Variabel Y)

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Konsisten melaksanakan sholat 5 waktu	10	36,67	43,33	10	0
2	Sering melaksanakan sholat sunnah ketika ad kesempatan	3,33	30	53,33	6,67	6,67
3	Menambah pemahamann agama dengan banyak membaca buku agama	3,33	40	40	13,33	3,33
4	Kurang konsisten dalam melaksanakan sholat 5 waktu	3,33	30	50	10	6,67
5	Menggunakan waktu luang untuk bermain dan santai	36,67	53,33	3,33	6,67	0
6	Membaca Al-Qur'an setelah sholat	6,67	30	40	20	3,33
7	Mengamalkan perintah al-Qur'an setiap hari	3,33	46,67	16,67	3,33	0
8	Mengikuti kegiatan PHBI yang diadakan di masjid	3,33	33,33	43,33	20	0
9	Ikut aktif dalam membantu kegiatan keagamaan	30	60	3,33	6,67	0

10	Adil dan tidak membedakan teman dalam berinteraksi	0	26,67	56,67	10	6,67
11	Bersikap ramah, senyum dan salam ketika bertemu dengan orang lain	0	36,67	43,33	10	10
12	Menjaga adab dan akhlak kepada orang lain	3,33	26,67	56,67	6,67	6,67

a. Uji Validitas

Berdasarkan semua data yang diperoleh dari kuesioner, peneliti menggunakan aplikasi SPSS 26.0 maka hasil pengujian validitas terlihat seperti tabel di bawah ini

Tabel 4. Output Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Hasil
				Valid
X	1	0,858	0,361	Ya
	2	0,899	0,361	Ya
	3	0,899	0,361	Ya
	4	0,894	0,361	Ya
	5	0,889	0,361	Ya
	6	0,898	0,361	Ya
	7	0,912	0,361	Ya
	8	0,888	0,361	Ya
	9	0,914	0,361	Ya
	10	0,934	0,361	Ya
	11	0,873	0,361	Ya
	12	0,910	0,361	Ya
Y	1	0,854	0,361	Ya
	2	0,814	0,361	Ya
	3	0,824	0,361	Ya
	4	0,848	0,361	Ya
	5	0,816	0,361	Ya
	6	0,832	0,361	Ya

7	0,836	0,361	Ya
8	0,770	0,361	Ya
9	0,855	0,361	Ya
10	0,877	0,361	Ya
11	0,867	0,361	Ya
12	0,865	0,361	Ya

Validitas yang disajikan pada tabel diatas menjelaskan bahwa keseluruhan item pernyataan pada variabel X (Media Sosial) dan Variabel Y (Perilaku Keagamaan Remaja) adalah valid, karena hasil r hitung lebih besar dari r tabel serta syarat yang ditetapkan sebesar 0,361 pada DF (Degree Of Freedom) dari 30 responden. **a. Uji Reliabilitas**

Tabel 5. Output Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.977	12

Dari tabel di atas menunjukkan nilai cronbach's alpha sebesar 0,977. Artinya nilai tersebut telah melewati syarat untuk reliabilitas karena memiliki korelasi > dari 0.5 atau diatas 50%. Sehingga bisa disebut bahwa variable Media Sosial teruji reliabilitasnya.

1. Analisis Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan oleh peneliti untuk menguji apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 6. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.82210999
Most Extreme Differences	Absolute	.139
	Positive	.075
	Negative	-.139
Test Statistic		.139

Asymp. Sig. (2-tailed)	.144 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Dari hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,144 > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan peneliti untuk mengetahui apakah dua variable yaitu media sosial dan perilaku keagamaan remaja mempunyai hubungan yang linier dan uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Tabel 7. Output Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Keagamaan * Media Sosial	Between Groups	(Combined)	1779.967	16	111.248	3.919	.009
		Linearity	1474.637	1	1474.637	51.952	.000
		Deviation from Linearity	305.330	15	20.355	.717	.733
	Within Groups		369.000	13	28.385		
	Total		2148.967	29			

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,733 > 0,05, berarti terdapat hubungan yang linier antara media sosial dengan perilaku keagamaan.

2. Hasil Uji Hipotesis

Data dalam penelitian ini adalah data interval, dan analisis hipotesis yang digunakan adalah teknik linier sederhana. Berdasarkan hasil analisisnya.

$$Y = 9,118 + 0,667 X$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diketahui bahwa:

- Konstanta sebesar 9,118, menunjukkan bahwa nilai konsisten variabel Perilaku keagamaan adalah sebesar 9,118.
- Koefisien regresi X sebesar 0,667 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% nilai Media Sosial, maka nilai Perilaku Keagamaan bertambah sebesar 0,667,

Koefisien regresi tersebut bernilai positif, maka bisa dikatakan bahwa arah pengaruh variabel

X terhadap Y adalah positif

- c. Berdasarkan nilai signifikansi: dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka bisa dikatakan bahwa variabel Media Sosial (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku Keagamaan (Y)
- d. Berdasarkan nilai t: diketahui nilai t hitung sebesar $7,825 > t$ tabel 2,048, maka bisa dikatakan bahwa variabel Media Sosial (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku Keagamaan (Y)

Untuk mengetahui signifikansi dari variabel, ditetapkan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Media sosial tidak berpengaruh positif terhadap perilaku keagamaan remaja

Ha : Media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku keagamaan remaja

Pengambilan keputusan uji regresi linear sederhana dapat dilakukan berdasarkan pada dua hal, yakni:

- a) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel maka terdapat pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y.
- b) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel maka tidak terdapat pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 8. Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.118	3.802		2.398	.023
	Media Sosial	.667	.085	.828	7.825	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Keagamaan

Output (Coefficients) pada tabel 8 diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ dan nilai t hitung $7,825 > 2,048$ nilai t tabel. Ha diterima sedangkan Ho ditolak. Kesimpulan yang didapatkan dari hasil pengukuran yang ada adalah:

Dari hasil pengukuran dengan membandingkan t hitug dengan t table diperoleh hasil t hitung $7,825 > t$ table 2, 048 dengan hasil signifikansi $0,000 < 0,05$ maka Ho ditolak. Dengan ditolaknya Ho berarti hipotesis yang mengatakan media sosial

berpengaruh positif terhadap perilaku keagamaan remaja masjid *diterima*. Artinya variabel media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku keagamaan remaja masjid Al-muawannah.

Tabel 9. Hasil Korelasi

Correlations			
		Media Sosial	Perilaku Keagamaan
Media Sosial	Pearson Correlation	1	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
Perilaku Keagamaan	Pearson Correlation	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

Tabel correlation di atas memperlihatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 > 0,05 dan nilai person correlation sebesar 0,828 termasuk dalam hubungan korelasi sempurna. maka dapat diartikan bahwa media sosial berpengaruh secara positif terhadap perilaku keagamaan dengan derajat hubungan korelasi sempurna.

Tabel 10. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.675	4.907
a. Predictors: (Constant), Media Sosial				

Dari output (model summary) pada tabel. 10 diatas diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,686, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Pengaruh Media Sosial) terhadap variabel terikat (perilaku keagamaan) adalah sebesar 68,6%. Hal ini berarti bahwa perilaku keagamaan remaja masjid 68,6% ditentukan oleh media sosial sedangkan sisanya sebanyak 31,4% ditentukan oleh faktor-faktor lain.

2. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku keagamaan remaja masjid Al-Muawannah

Dari hasil wawancara dengan ketua remaja masjid, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku keagamaan remaja masjid Al-Muawannah

1. Faktor internal: Secara umum masa kecil, pengasuhan, pendidikan dan pengalaman kehidupan seseorang serta pembiasaan-pembiasaan beragama yang dilatih sedari kecil oleh orang tua atau lingkungan terdekat seseorang akan menentukan agamanya. Remaja masjid tersebut sebagian berasal dari orang tua yang tahu beragama, lingkungan sosial dan kawan-kawannya juga hidup menjalankan agama sehingga dengan sendirinya mereka cenderung terbiasa hidup dalam aturan agama, terbiasa menjalankan ibadah, takut melanggar larangan agama dan bisa merasakan nikmatnya hidup beragama.
2. Faktor eksternal: yang paling dekat adalah lingkungan sosial, adakalanya remaja yang sudah dididik dalam keluarga yang Islami, bisa terpengaruh dengan lingkungan sekitar (alam dan sosial). Di era disrupsi ini, pengaruh lingkungan eksternal ini lebih dahsyat, karena segala informasi dari mana saja bisa diakses dalam waktu yang singkat. Berinteraksi dan mendapatkan informasi tidak lagi harus terjadi kontak fisik, tetapi sudah terepresentasi melalui dunia maya. Dunia maya memberikan ruang dan gerak yang luas, jika tidak dikontrol oleh nilai-nilai agama maka manusia akan menjadi *user* paling produktif, apalagi kalangan remaja yang sedang mengalami rasa ingin tahu yang tinggi (ketertarikan). Selain kasih sayang dan perlindungan orangtua, masjid dan perkumpulan remaja masjid bisa menjadi komunitas dan *support system* yang baik untuk mengawal para remaja dalam menjalani kehidupannya sebagai generasi penerus.¹⁴

Simpulan

Setelah melaksanakan serangkaian kegiatan penelitian ini, peneliti menemukan bahwa pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan remaja masjid Al-Muawanah kelurahan Bambu Kuning kota Pekanbaru menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,828 atau (82,8%) dengan memeriksa tabel “r” pada taraf signifikan 5% diperoleh rtabel 0,361. Karena rhitung pada taraf signifikan 5% lebih besar dari rtabel ($0,828 > 0,361$) yang berada pada interval 0,81-1,00, maka antara variabel X (Penggunaan Media Sosial) terhadap variabel Y (Perilaku Keagamaan Remaja) terdapat pengaruh yang signifikan dan masuk dalam kategori korelasi sempurna, dengan koefisien determinasi sebesar 0,686 atau (68,6%). Digit 68,6% media sosial berpengaruh terhadap perilaku keagamaan remaja masjid dan 31,4% terdapat pengaruh dari faktor internal dan eksternal dari remaja

¹⁴ Wawancara dengan ketua remaja masjid Al-Muawanah: M. Rakka

masjid tersebut. Walaupun mereka adalah pengguna media sosial tetapi mereka bisa membatasi penggunaan media sosial dan menyeimbangkannya dengan mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan di masjid dan mencari pengetahuan agama di media sosial. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku agama juga didukung oleh faktor internal berupa pendidikan keluarga yang Islami, pengalaman diri dan latihan beragama yang telah ditempa sejak dini serta faktor lingkungan sosial yang mendukung dan mengarahkan mereka untuk bisa berperilaku sesuai dengan ajaran agama, diantaranya adalah berkomunitas dengan remaja masjid.

Referensi

- Ari Prasetyo, 2019. *Dampak Penggunaan Smartphone Terhadap Perilaku Sosial Di Perumahan PT Greatgiant Foods Lakop Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Intan. Lampung.
- Asep Wahidin Dkk, 2014. *Pengaruh Penggunaan Internet Terhadap Religiusitas Mahasiswa Universitas Islam Bandung*. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung.
- Budi Darma, 2020. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia. Jakarta.
- Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, 1988. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Shoffa Saifillah Al-Faruq dan Sukatin, 2020. *Psikologi Perkembangan*, Cv Budi Utama. Yogyakarta
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta Bandung
- Yunahar Ilyas, 2018. *Kuliah Aqidah Islam*, Yogyakarta, LPPI
- Zakiah Daradjat, 2002. *Ilmu Jiwa Agama*. Bulan Bintang Jakarta

Disertasi

- Lailan Rafiqah, 2020 “Konsep Ibnu Qayyim AL-Jauziyyah Tentang Perlindungan Hak Anak Dalam Keluarga” Disertasi Doktor, Hukum Keluarga, Universitas Islam Negeri Suska Riau Website : <http://www.brainsacademiy.id/blog/karakteristik-generasi-boomer-x-y-z-alpha#> <http://www.sampoernauniversity.ac.id/id/media-sosial-adalah/>