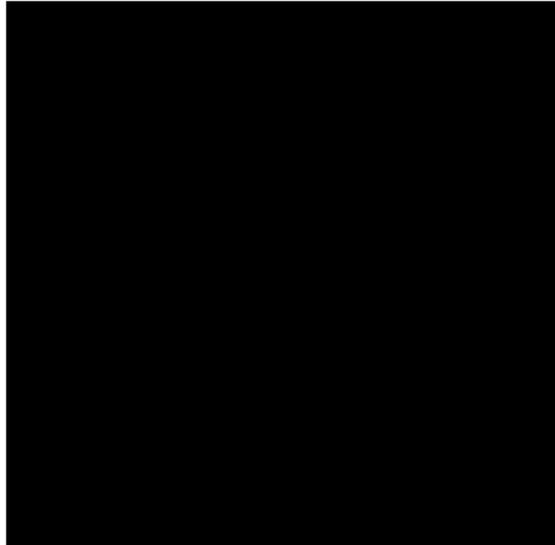


**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP SOSIAL KEAGAMAAN  
MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM**



**Oleh**

**Baehaki**

**NIM 180602018**

**JURUSAN SOSIOLOGI AGAMA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM**

**2022**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP SOSIAL KEAGAMAAN  
MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM**

**Skripsi**  
**diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram untuk**  
**melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Sosial**



**Oleh**

**Baehaki**

**NIM 180602018**

**JURUSAN SOSIOLOGI AGAMA**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM**

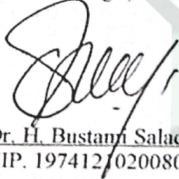
**2022**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh: Baehaki, NIM: 180602018 dengan judul Pengaruh Media Sosial Terhadap Sosial Keagamaan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram telah memenuhi syarat dan disetujui untuk di ujikan.

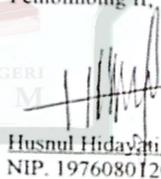
Di setujui pada tanggal: 26 Mei 2022

Pembimbing I,



Dr. H. Bustani Saladin, M.A.  
NIP. 197412702008011008

Pembimbing II,



Husnul Hidayati, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 197608012006042001

Perpustakaan UIN Mataram

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 26 Mei 2022

Hal : Ujian Skripsi

**Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama  
Di Mataram**

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb*

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : Baehaki  
NIM : 180602018  
Jurusan/Prodi : Sosiologi Agama  
Judul : Pengaruh Media Sosial Terhadap Sosial Keagamaan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

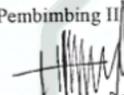
*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Pembimbing I



Dr. H. Bustami Saladin, M.A.  
NIP. 197412102008011008

Pembimbing II



Husnul Hidayati, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 197608012006042001

Perpustakaan UIN Mataram

## PENGESAHAN

Skripsi oleh: Baehaki, NIM: 180602018 dengan judul "Pengaruh Media Sosial Terhadap Sosial Keagamaan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram" telah di pertahankan di depan dewan penguji jurusan Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram pada tanggal 8 Juni 2022

### Dewan Penguji

Dr. Bustami Saladin, M.A.  
Ketua Sidang/Pembimbing I

Husnul Hidayati, S.Ag., M.Ag.  
Sekretaris Sidang/Pembimbing II

Dr. H. Maimun, M. Pd.  
(Penguji I)

Abdul rahim, M.A.  
(Penguji II)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MATARAM

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama

Dr. H. Lukman Hakim, M. Pd.  
196602151997031001

## MOTTO

وَابْتِغِ فِيمَا اتَّابَكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا  
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

*“Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.”*

(Q.S Al-Qashas: 77)

*“Nothing last's Forever, we can change the future”*

(Alucard)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- 1) *Yang pertama dan paling utama karya ini kupersembahkan unntuk Alm Ayahku (H.Masyhur) dan Ibuku (Baiq nihayaha) yang senantiasa membimbingku selama ini, selalu berdo'a dalam setiap sujudnya dengan penuh ketulusan dan berjuang dengan penuh kesabaran untuk kesuksesan buah hatinya khususnya untukku. Tenaga dan fikiran engkau tak akan terbalas hanya dengan sebuah karya sederhana yang kupersembahkan ini. cinta kasih dan terimakasih tak terhingga ku ucapkan atas semuanya.*
- 2) *kakak-kakakku yang telah memoles dan mendukungku hingga aku dapat berjuang sampai sejauh ini.*
- 3) *semua keluarga yang telah mendukung dan memberi motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini, terimakasih atas semuanya*
- 4) *sahabat-sahabatku. terimakasih kalian semua telah menjadi sahabat terbaik yang membagi pengalaman dan kritikan atas karyaku ini*
- 5) *Almamater tercinta UIN Mataram*
- 6) *Indomie, Terimakasih untuk aroma yang khas dan cita rasa yang lezat yang selalu membuatku semangat lagi dan lagi dalam menjalani hidup ini.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Atas limpahan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Sosial Keagamaan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram”. Solawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang menjadi tauladan bagi umat manusia di seluruh belahan dunia.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk lulus pada program Strata-1 di jurusan Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, Universitas Islam Negeri Mataram.

Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak yang memberikan dukungannya baik itu melalui dukungan moral maupun materi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini Peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Bustami Saladin, M.A. Selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Husnul Hidayati, S.Ag.,M.Ag. Selaku dosen pembimbing 2 terimakasih atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing dan mengarahkan peneliti ditengah kesibukannya dan menjadikan skripsi ini lebih matang sehingga selesai dengan tepat aktu;
2. Dr. H. Maimun, M.Pd dan Abdurrahim, M.A. Sebagai penguji yang telah memberikan saran konstruktif bagi penyempurnaan skripsi ini;
3. Dr. Nuruddin, S.Ag.,M.Si. Sebagai ketua jurusan;
4. Dr. H. Lukman Hakim, M.Pd. Selaku dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram;
5. Prof. Dr. H. Masnun, M.Ag. Selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberikan tempat bagi peneliti untuk menuntut ilmu

dan memberi bimbingan dan peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus tanpa pernah selesai.

Peneliti menyadari skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan berbagai kekurangan. Penulis mengaharap saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan Peneliti secara khususnya.

**Mataram, Mei 2022**

**Peneliti**



**Baehaki**



**Perpustakaan UIN Mataram**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	v
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
ABSTRAK .....	xviii

## **BAB I PENDAHULUAN**

**A. Latar belakang** .....  
1

**B. Batasan dan Rumusan Masalah** .....  
6

1. Batasan Masalah .....  
6

2. Rumusan Masalah .....  
7

**C. Tujuan dan Manfaat Penelitian** .....  
7

1. Tujuan .....  
7

2. Manfaat .....  
7

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

**A. Kerangka Teori** .....  
9

1. Media Sosial .....  
9

2. Sosial Keagamaan .....  
12

**B. Penelitian Terdahulu** .....  
15

**C. Kerangka Berfikir** .....  
18

**D. Hipotesis Penelitian** .....  
18

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

<b>A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian</b> .....	20
<b>B. Populasi dan Sampel</b> .....	21
1. Populasi .....	21
2. Sampel .....	21
<b>C. Waktu dan Tempat Penelitian</b> .....	22
<b>D. Variabel Penelitian</b> .....	23
1. Variabel Bebas (X) .....	23
2. Variabel Terikat (Y) .....	23
<b>E. Desain Penelitian</b> .....	23
<b>F. Instrumen / Alat dan Bahan Penelitian</b> .....	23
<b>G. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	24
1. Angket .....	24
2. Wawancara .....	25
3. Dokumentasi .....	25

4. Observasi .....	25
--------------------	----

**H. Teknik Analisis Data .....**  
**26**

1. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	27
2. Uji Asumsi Klasik .....	28
3. Uji Hipotesis .....	30
4. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	31

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....**  
**33**

1. Sejarah Berdirinya UIN Mataram .....	33
2. Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama UIN Mataram .....	35

**B. Hasil Penelitian Kuantitatif .....**  
**37**

1. Analisis Deskriptif .....	37
2. Deskripsi Karakteristik Responden .....	38
3. Deskripsi Hasil Angket .....	40
4. Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	50

5. Uji Asumsi Klasik .....	53
6. Uji Hipotesis .....	57
7. Regresi Linier Sederhana .....	59
<b>C. Hasil Penelitian Kualitatif .....</b>	<b>60</b>
<b>D. Pembahasan</b>	
<b>Pengaruh Sosial Media Terhadap Tindakan Sosial Keagamaan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram .....</b>	<b>62</b>
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>68</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Jumlah mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Semester Ganjil 2021/2022

Tabel 4.2. Hasil uji validitas variabel bebas (X)

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Terikat (Y)

Tabel 4.4. Uji Reliabilitas Variabel X

Tabel 4.5. Uji Reliabilitas Variabel Y

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolonieritas

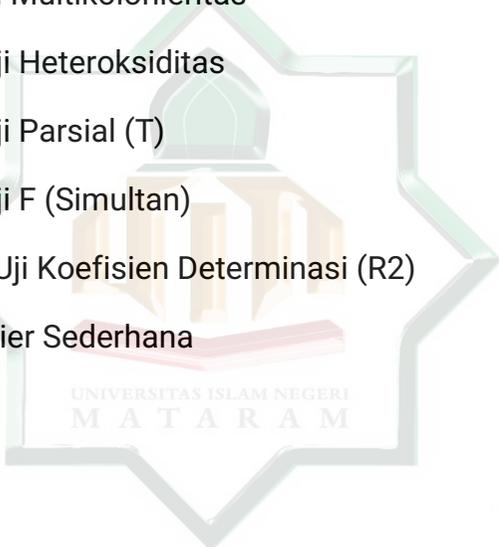
Tabel 4.7. Hasil Uji Heteroksiditas

Tabel 4.8. Hasil Uji Parsial (T)

Tabel 4.9. Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 4.11. Uji Linier Sederhana



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin Responden

Gambar 4.2 Diagram Jurusan Responden

Gambar 4.3 Diagram Kelas Responden

Gambar 4.4. Diagram Jawaban Pernyataan X.1

Gambar 4.5. Diagram Jawaban Pernyataan X.2

Gambar 4.6. Diagram Jawaban Pernyataan X.3

Gambar 4.7 Diagram Jawaban Pernyataan X.4

Gambar 4.8 Diagram Jawaban Pernyataan X.5

Gambar 4.9 Diagram Jawaban pernyataan X.6

Gambar 4.10 Diagram Jawaban Pernyataan X.7

Gambar 4.11 Diagram Jawaban Pernyataan X.8

Gambar 4.12 Diagram Jawaban Pernyataan X.9

Gambar 4.13 Diagram Jawaban Pernyataan X.10

Gambar 4.14 Diagram Jawaban Pernyataan Y.1

Gambar 4.15 Diagram Jawaban Pernyataan Y.2

Gambar 4.16 Diagram Jawaban Pernyataan Y.3

Gambar 4.17 Diagram Jawaban Pernyataan Y.4

Gambar 4.18 Diagram Jawaban Pernyataan Y.5

Gambar 4.19 Diagram Jawaban Pernyataan Y.6

Gambar 4.20 Diagram Jawaban Pernyataan Y.7

Gambar 4.21 Diagram Jawaban Pernyataan Y.8

Gambar 4.22 Diagram Jawaban Pernyataan Y.9

Gambar 4.23 Diagram Jawaban Pernyataan Y.10

Gambar 4.24 Hasil Uji Normalitas



Perpustakaan UIN Mataram

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP SOSIAL KEAGAMAAN  
MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM**

Oleh :  
**Baehaki**  
NIM 180602018

**ABSTRAK**

Dengan berkembangnya zaman, berkembang pula teknologi komunikasi yang ada di Indonesia. Lantaran hal tersebut munculah teknologi komunikasi baru yang memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi atau menggali informasi agar tetap terhubung dengan individu lainnya secara instan dan praktis yaitu media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram. Adapun penelitian ini dilakukan di Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram pada mahasiswa angkatan 2018. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *Mixed Method* dengan menggunakan survey. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *Simple Random Sampling* dengan responden berjumlah 76 mahasiswa. Dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner yang diolah dengan SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram angkatan 2018. Hal ini dibuktikan dengan nilai T hitung lebih besar daripada T tabel yaitu  $5,904 > 1,992$  dengan taraf signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 32,1%, yang artinya variabel penggunaan media sosial (X) mempengaruhi variabel sosial keagamaan (Y) sebesar 32,1%. Hasil perhitungan kuantitatif ini juga diperkuat dengan hasil wawancara kualitatif dengan teori tindakan sosial oleh Max Weber. Dimana aspek-aspek seperti politik, ekonomi, sosial, dan agama dalam penggunaan media sosial berpengaruh

terhadap tindakan sosial keagamaan.

**Kata Kunci :** Media sosial dan Sosial keagamaan



**Perpustakaan UIN Mataram**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada dasarnya diciptakan untuk mempermudah aktivitas umat manusia, seiring dengan kemajuan zaman saat ini teknologi sangat berkembang pesat yang membuat hampir setiap lini dalam kehidupan tidak lepas dari penggunaannya, baik itu di bidang industri maupun komunikasi. Terlebih di bidang komunikasi teknologi sudah berubah drastis yang dahulunya kita hanya bisa berkomunikasi secara langsung dengan cara bertemu dan sekarang sudah bisa melalui jarak jauh yaitu dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi yang berupa *Handphone*. Semakin hari kini manusia sangat membutuhkan pertukaran informasi yang sangat cepat, jadi peranan teknologi informasi begitu penting.

Manusia adalah makhluk ciptaan Allah, Tuhan Yang Maha Esa yang memiliki kesempurnaan yang berbeda dengan makhluk lainnya dengan memiliki struktur dan fungsi yang sangat kompleks. Manusia juga diciptakan sebagai makhluk *multidimensional*, memiliki akal pikiran dan kemampuan berinteraksi secara personal maupun sosial dengan manusia lainnya. Dengan demikian manusia merupakan makhluk sosial, yang pada dasarnya tidak mampu hidup sendiri di dunia ini baik sendiri dalam konteks fisik maupun dalam konteks sosial budaya. Terutama dalam konteks sosial-budaya, manusia membutuhkan manusia lain untuk saling berkolaborasi dalam pemenuhan kebutuhan fungsi-fungsi sosial satu dengan lainnya. Karena pada dasarnya suatu fungsi yang dimiliki oleh manusia satu akan sangat berguna dan bermanfaat bagi manusia lainnya. Manusia menjadi sangat bermartabat apabila berguna bagi

manusia lainnya.<sup>1</sup> Dengan demikian tindakan awal dalam penyelarasan fungsi-fungsi sosial ialah dengan interaksi sosial. Fokus interaksi sosial di dalam masyarakat adalah komunikasi, karena komunikasi merupakan unsur yang sangat penting dan tidak bisa lepas dari kehidupan manusia.

Sejak dulu manusia tidak bisa lepas dari alat-alat bantuan mekanis, begitupun media komunikasi. Sebagai mahluk sosial, untuk tetap terhubung dan berinteraksi dengan individu lainnya manusia sangat membutuhkan komunikasi baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Berkomunikasi dengan manusia lainnya sangatlah penting. Baik itu untuk bertukar kabar, cerita maupun bertukar pengetahuan dan akses informasi. Agar mempermudah komunikasi dan akses informasi manusia menciptakan teknologi komunikasi berupa *Handphone* yang kemudian dengan kemajuan teknologi beradaptasi menjadi *Smartphone*. Dengan adanya *Handphone*, untuk mendapatkan informasi dan kepentingan lainnya tidak harus didapat dengan mengunjungi lokasi tersebut, cukup dengan berkomunikasi melalui layar *Smartphone* maka akses informasi langsung didapat. Dari sinilah dapat dilihat ketergantungan manusia akan alat-alat mekanis yang bersifat baru tidak dapat dipisahkan.

Dengan kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat dan cepat telah mengubah gaya hidup masyarakat saat ini. Dengan segala kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi informasi mampu menyeret masyarakat ke jurang candu akan kebutuhan teknologi yang serba instan. Dampak kemajuan teknologi informasi telah mempengaruhi berbagai kalangan baik itu daerah perkotaan sampai pada pelosok desa candu akan penggunaan teknologi informasi dalam hal ini *Handphone*, telah menyita waktu masyarakat yang tentu

---

<sup>1</sup>Burhan Bungin, "*Sosiologi Komunikasi*", (Jakarta: KENCANA, 2006), hlm. 25-26.

saja fenomena ini dapat bernilai positif dan negatif. Tergantung pada tujuan penggunaan oleh masing-masing individu dalam mengonsumsi teknologi tersebut.

Bila diamati diberbagai tempat umum seperti taman, mall, toko, sekolah, kantor, kampus, bahkan tempat ibadah, banyak sekali kita saksikan orang yang disibukkan oleh ponselnya. Maka dari itu tidak heran jika media sosial yang paling ramai dan populer digunakan adalah internet dan cara yang paling praktis untuk menggunakan internet ialah melalui *Smartphone*. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial.<sup>2</sup> Dengan demikian tak heran jika hampir semua kalangan di Indonesia menggunakan media sosial seperti *Instagram, facebook, wechat, tiktok, whatsapp, messenger* dan lain sebagainya yang terpasang di *hanphone* yang digunakan untuk berkomunikasi melalui media sosial. Tak heran juga dalam laporan berjudul *Digital 2021: The Latest Insight Into The State of Digital* itu, disebutkan bahwa dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia, 170 juta diantaranya telah menggunakan media sosial, dengan angka penetrasinya sekitar 61,8 persen.<sup>3</sup>

Kecanggihan yang ditawarkan oleh *Smartphone* saat ini mampu mengoperasikan berbagai macam fitur aplikasi yang bertujuan sebagai hiburan dan bahkan untuk kemudahan bekerja. Contohnya seperti fitur *game, social media, watpadd, dan E-book* lainnya yang bertujuan untuk

---

<sup>2</sup>Kominfo, "Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang", dalam <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/345/kominfo>, diakses tanggal 11 Desember 2021, pukul 03.15.

<sup>3</sup>Conney Stephanie, "Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial", dalam <https://amp.kompas.com/tekno/read/2021/02.24/>, diakses tanggal 11 Desember 2021, pukul 03.26.

hiburan. Dan aplikasi *WPS office, Microsoft, winamp* dan banyak lagi fitur lainnya yang bertujuan untuk mempermudah pekerjaan manusia. Sehingga dengan kemudahan tersebut dapat mengubah kehidupan sosial manusia, terutama dibidang komunikasi. Teman *virtual* di jejaring sosial media lebih nampak dekat ketimbang tetangga kita sendiri. Kasus tersebut menyeret manusia untuk terobsesi akan dunia maya dan cenderung menghabiskan waktunya untuk layar *Smartphone*. Sehingga menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya. Interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang kecanduan akan internet yang menimbulkan konflik, masalah privasi, dan rentan terhadap pengaruh buruk orang lain.<sup>4</sup>

Media sosial merupakan situs atau layanan daring (*online*) yang memungkinkan pengguna tak hanya mengonsumsi, tapi juga berpartisipasi membuat, mengomentari, dan menyebarkan beragam konten dalam berbagai format seperti teks, gambar, audio, atau video. Secara garis besar media sosial didefinisikan sebagai media online yang mendukung interaksi sosial didalamnya. Media sosial menggunakan teknologi berbasis Web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.<sup>5</sup> Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial melalui jaringan internet, telah menggeser berbagai jaringan interaksi dan komunikasi lainnya. Tak tanggung-tanggung belakangan ini akses konsumsi informasi melalui media sosial lebih populer dibandingkan dengan raksasa informasi

---

<sup>4</sup>Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia", *Jurnal Publiciana*, Vol. 9, Nomor 1, 2016.

<sup>5</sup> Muhammad Robiin, "*Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Lombok Tengah Tahun Pelajaran 2019/2020*", Universitas Islam negeri mataram 2019.

beberapa dekade sebelumnya yakni *Televisi*. Kesuksesan ini didukung oleh beberapa situs media sosial yang populer baru-baru ini antara lain :*Blog, Twitter, Facebook, Tiktok, Youtube, dan Wikipedia*.

Berbicara tentang situs media sosial, beberapa tahun belakangan ini *Whatsapp* menjadi aplikasi sosial media yang populer di Indonesia. Dilihat dari pengguna bulanan, urutan pertama aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia ditempati oleh *Youtube*, disusul oleh *Whatsapp, Instagram, Facebook*, lalu *Twitter* secara berturut-turut. Namun, jika dilihat dari total durasi penggunaan masing-masing media sosial di Indonesia, maka *WhatsApp* menduduki urutan pertama dimana pengguna media sosial di Indonesia rata-rata menghabiskan 30,8 jam per bulan, kemudian *Facebook* dengan 17 jam per bulan, dan *Instagram* dengan 17 jam per bulan.<sup>6</sup> Data tersebut menunjukkan bahwa peranan media sosial dalam keseharian masyarakat Indonesia sangat penting. Kebanyakan masyarakat sangat asik di ruang obrolan pesan namun sebaliknya biasa-biasa saja ketika bertemu. Hal tersebut yang menyebabkan kebanyakan individu lebih memilih keasyikannya berkomunikasi via sosial media dari pada berkomunikasi secara langsung. Kondisi tersebut yang menyebabkan situasi maya dan nyata menjadi hal yang rumit untuk dipahami, seringkali seseorang merasa bahagia lantaran memposting sesuatu di media sosial, dan ketika postingan tersebut mendapat simpati dari orang lain atau mendapat komentar dari kerabat dekatnya di media sosial maka ia akan merasa bahagia. Dengan adanya dua sisi dari media sosial tersebut menimbulkan paradoks dikalangan masyarakat, terutama pada mahasiswa. Paradoksi adalah

---

<sup>6</sup>Conney Stephanie, "Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial", dalam <https://amp.kompas.com/tekno/read/2021/02.24/>, diakses tanggal 15 Desember 2021, pukul 19.30.

kenyataan yang seolah-olah berlawanan dengan pendapat umum atau kebenaran umum, akan tetapi kenyataannya mengandung kebenaran.<sup>7</sup>

Berangkat dari observasi awal yang peneliti lakukan di Universitas Islam Negeri Mataram Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama. Menunjukkan bahwa hampir semua mahasiswa memiliki *ponsel* dan aktif menggunakan jejaring sosial media. Mereka juga bergabung dan mengoperasikan berbagai situs jejaring media sosial pada umumnya. Pengaruh media sosial telah memberikan banyak perubahan bagi mahasiswa baik itu gaya hidup dan cara berkomunikasi mahasiswa di dalam maupun luar kampus. Penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama UIN Mataram pada umumnya digunakan sebagai sarana berkomunikasi dengan grup kelas maupun dosen secara online. Hampir semua mahasiswa di ruang lingkup peneliti yang menjadikan media sosial sebagai bagian penting dalam kesehariannya baik itu hanya sebagai hiburan, media belajar, menonton kajian ceramah agama, politik, ekonomi dan sosial, eksistensi diri, komunikasi maupun bisnis online. Keberadaan media sosial tentu saja sangat membantu mahasiswa dalam memudahkan kegiatannya. Namun, seperti banyak penemuan teknologi lainnya penggunaan media sosial memiliki sisi positif dan negative. Dengan begitu derasnya arus informasi yang beredar melalui media sosial tentu saja akan mempengaruhi gaya hidup dan tindakan mahasiswa dalam menjalankan sosial keagamaannya

Dari paparan fenomena yang terjadi di lapangan tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas

---

<sup>7</sup>Yudho Bawono, "*Fenomena Paradoksial Dalam Ruang Soial*" (Paper presented at Seminar Nasional Psikologi Sosial Dan Budaya, Madura 2015), hlm. 2.

Islam Negeri (UIN) Mataram Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama tidak lepas dari peranan penggunaan sosial media baik itu untuk kepentingan komunikasi dengan keluarga, teman dekat, maupun untuk berkomunikasi dengan dosen. Ini menunjukkan peranan penting media social dalam kehidupan sehari-hari sebagai seorang mahasiswa. Dengan demikian peneliti rasa perlu untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh yang ditimbulkan oleh media sosial, akibat penggunaan media sosial terhadap sikap sosial mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama UIN Mataram serta bagaimana dampak media sosial terhadap nilai-nilai keagamaan mereka sebagai mahasiswa. Karena didalam masyarakat mahasiswa dianggap sebagai *agen of change*, yang diharapkan mampu memberikan kontribusi dominan di masyarakat. Maka dari itu peneliti tergerak dan termotivasi untuk meneliti lebih lanjut terkait tentang *"Pengaruh Media Sosial Terhadap Sosial Keagamaan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram.*

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini bertujuan untuk menghindari meluasnya masalah yang akan diteliti, dimana masalah yang diangkat dalam penelitian ini difokuskan pada pengaruh media sosial terhadap tindakan sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram.

### **2. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

“Bagaimana pengaruh media sosial terhadap tindakan

sosial keagamaan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram ?”

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

“Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap tindakan sosial keagamaan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram.”

#### **2. Manfaat Penelitian**

Mengacu pada penelitian pada umumnya, setiap penelitian tentu saja memiliki manfaat. Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

##### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini bermanfaat sebagai tambahan informasi dan acuan dalam memahami pengaruh media sosial terhadap keseharian mahasiswa dan menjadi bahan informasi bagi yang ingin meneliti tentang peranan maupun pengaruh media sosial. Penelitian ini juga sebagai pelengkap dari penelitian sebelumnya yang menggali tentang pengaruh maupun peranan media sosial.

##### **b. Manfaat Praktis**

Menjadi landasan berfikir bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram tentang pemanfaatan teknologi komunikasi sebaik mungkin. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi

mahasiswa untuk menjalani kehidupan sehari-hari baik itu dalam konteks sosial maupun keagamaan.



**Perpustakaan UIN Mataram**

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Media Sosial

###### a. Pengertian dan Perkembangan Media Sosial

Sosial media tumbuh berkembang akibat internet. Mengenai kelahiran internet itu sendiri tidak ada kesepakatan dari para ahli. Apakah internet lahir dari adopsi *TCP/IP* atau *world wide web (WWW)* muncul. Namun, momen bersejarah jaringan tersebut terjadi pada tahun 1969 lalu. Perkembangan teknologi media sosial disaat ini berkembang pesat.

Yang dimaksud dengan media sosial menurut Ardianto Elvinaro pada dasarnya media sosial mirip dengan media massa, media massa ini dibagi dua bagian yaitu media cetak dan media elektronik seperti radio, televisi, film, media online (internet). Secara umum media sosial didefinisikan sebagai media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs sosial media yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, dan Wikipedia.

Secara umum media sosial memiliki karakter yaitu adanya keterbukaan dialog antar pengguna. Dan sosial media dapat berubah oleh waktu dan juga dapat diatur ulang oleh pembuatnya, atau dapat diubah oleh komunitas

dalam situs-situs tertentu. Selain itu media sosial juga membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Sedahulu orang berkomunikasi melalui SMS dan Telfon melalui *Handphone*. Namun dengan perkembangan media sosial belakangan ini kebanyakan orang berkomunikasi melalui obrolan chat atau berkirim pesan melalui layanan yang tersedia di internet.

Selain itu adapun karakteristik lainnya dari media sosial :

1) Partisipasi

Dengan adanya partisipasi dapat mendorong adanya kontribusi dan umpan balik dari orang yang tertarik menggunakan media sosial sehingga menghilangkan sekat antara media dan *audience*.

2) Keterbukaan

Jarang sekali ditemukan batasan untuk mengakses media sosial. Kebanyakan yang kita jumpai bahwa media sosial terbuka atas umpan balik dan partisipasi melalui sarana voting.

3) Perbincangan

Pada dasarnya media sosial merupakan tempat berinteraksi dan berbincang secara online. Sehingga memungkinkan terjadinya perbincangan dua arah antar pengguna.

4) Komunitas

Selayaknya berkomunikasi di realita, media sosial memungkinkan terbentuknya

komunitas-komunitas secara cepat dan efektif tentang beragam isu dan kepentingan.

#### 5) Keterhubungan

Mayoritas media sosial banyak diminati lantaran memiliki keterhubungan antar pengguna, melalui fasilitas tautan ke sumber-sumber informasi lainnya. Seperti menyalin link ke salah satu website media sosial sehingga situs satu terhubung dengan situs lainnya.<sup>8</sup>

#### b. Fungsi Media Sosial

Pada saat ini media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan ikut andil dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

- 1) Media sosial merupakan media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia melalui internet dan situs web.
- 2) Media sosial berhasil mentransformasikan praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audiens dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audien.
- 3) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mengubah

---

<sup>8</sup> Nisa Khaeruni, "Dampak Positif Dan Negatif Media Sosial Terhadap Pendidikan Ahlak Anak", *Jurnal Edukasi*, Vol.2. No. 1, Januari 2016, Hlm. 93-95.

manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat isi pesan itu sendiri.

## b. Jenis-jenis Media Sosial

Media sosial memiliki beragama bentuk seperti, majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, siniar, foto atau gambar, video, perangkat dan bookmart sosial. Dengan menggunakan media sosial penggunaanya bisa membangun percakapan bahkan komunitas sosial, karena media sosial juga mempermudah pertemuan dan interaksi banyak orang dengan minat yang sama.

Saat ini ada banyak sekali jenis media sosial yang bisa kita temukan di internet. Selain jenis *platform* yang berbeda. Jenis konten yang ada di sosial media juga beragam, antara lain :

- 1) *Social network* merupakan media sosial yang paling umum dikenal masyarakat dan paling banyak digunakan. Beberapa *social network* yang paling banyak digunakan adalah youtube, facebook, twitter, instagram, whatsapp dan lain-lain.
- 2) Komunitas *online* (forum), umumnya dibangun oleh perorangan atau kelompok yang memiliki minat pada bidang tertentu. Para pengguna forum tersebut dapat berdiskusi tentang minat yang berhubungan dengan mereka. Contoh komunitas online adalah kaskus.id, brainly.co.id, ads.id, dan lain-lain.
- 3) Situs blog, termasuk dalam kategori media sosial karena memungkinkan pemilik blog dan pembacanya untuk berinteraksi. Umumnya blog dibuat

berdasarkan minat atau keahlian pemilik blok dan konten yang didalamnya dapat mempengaruhi banyak orang. Contoh situs blog antara lain adalah maxmanroe.com, sugeng.id, juragancipr dan lain-lain.<sup>9</sup>

## 2. Sosial Keagamaan

### a. Sosial Keagamaan

Sosial keagamaan adalah perilaku yang berhubungan dengan tuntunan dan kebutuhan masyarakat lainnya. Sedangkan Saebani berpendapat: perilaku sosial keagamaan adalah mendidik dan membiasakan diri menjalankan perilaku sosial yang utama, dasar-dasar kejiwaan yang mulia dan bersumber pada aqidah Islamiyah yang kekal dan kesadaran iman yang mendalam agar ditengah-tengah masyarakat nanti ia mampu bergaul dan berperilaku sosial yang baik, memiliki keseimbangan akal yang matang dan tindakan yang bijaksana.

Sosial keagamaan didefinisikan sebagai kehidupan individu dalam lingkungan sosial dan alamnya supaya bebas dan bertanggung jawab menjadi pendorong kearah perubahan dan kemajuan.

Ciri-ciri kehidupan sosial pada dasarnya menunjukkan bahwa di dalam kehidupan sosial itu terdapat manusia yang hidup dalam pergaulan dan seseorang yang berada dalam pergaulan tersebut dapat diartikan sebagai

---

<sup>9</sup> Muhammad Robiinn, " Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Lombok Tengah Tahun Pelajaran 2019/2020", Universitas Islam Negeri Mataram

pengorganisasian kepentingan-kepentingan.

Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa kehidupan sosial keagamaan bertujuan agar individu mampu mengimplementasikan hak dan kewajiban dalam lingkungan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara dengan nilai-nilai agama Islam.<sup>10</sup>

b. Tindakan Sosial

Tindakan sosial berkaitan dengan sosial keagamaan. Karena jika dilihat dari definisi tindakan sosial merupakan suatu tindakan individu yang memiliki arti atau makna (*meaning*) subjektif bagi dirinya dan dikaitkan dengan orang lain. Webber mengemukakan bahwa tindakan sosial tidak selalu memiliki dimensi rasional tetapi terdapat berbagai tindakan nonrasional yang dilakukan oleh seseorang, termasuk dalam kaitannya dengan berbagai aspek dari kehidupan, seperti politik, sosial dan ekonomi. Webber menemukan empat tipe dari tindakan sosial yaitu :

- 1) Tindakan rasional instrumental (*Instrumentally rational action*), yaitu suatu tindakan yang dilakukan berdasarkan pertimbangan dan pilihan yang sadar dalam kaitannya dengan tujuan suatu tindakan dan alat yang digunakan untuk meraih tujuan yang ada. Misalnya Jika Anda seorang pekerja, maka apapun alasannya dipastikan Anda memilih pekerjaan tersebut merupakan hasil dari pertimbangan alat dan tujuan yang Anda miliki seperti pendidikan,

---

<sup>10</sup> Abdul Hamid, *Ilmu Akhlak* (Bandung: Pustaka Cipta, 2009), Hlm. 26.

keterampilan, keahlian, kesempatan, latar belakang, dan kondisi keluarga.

- 2) Tindakan rasional nilai (*Value rational action*), yaitu tindakan dimana tujuan telah ada dalam hubungannya dengan nilai absolut dan nilai akhir bagi individu, yang dipertimbangkan secara sadar adalah alat mencapai tujuan. Memberi infak dan sedekah dikalangan umat Islam, misalnya, dapat dilihat sebagai tindakan rasional nilai. Menjadi hamba Allah yang diridhai dan masuk surga di akhirat kelak merupakan tujuan yang berorientasi pada nilai absolut dan nilai akhir. Pilihan memberi infak dan sedekah sebanyak mungkin sebagai alat untuk meraih tujuan yang berorientasi kepada nilai absolut dan nilai akhir tersebut tidak bisa dinilai apakah lebih efisien dan efektif dibandingkan mengerjakan salat sunnah, misalnya. Mungkin ada baiknya dilanjutkan dengan contoh lain. Untuk hidup jelas seseorang membutuhkan pekerjaan, apakah orang tersebut mencarinya atau membuat sendiri. Itu salah satu tujuannya. Namun tidak semua pekerjaan mau dilakukan. Sebab seseorang memiliki nilai atau norma yang menjadi patokan atau rujukan dalam melakukan sesuatu, termasuk dalam hal pekerjaan. Oleh karena itu, ia tidak akan bekerja dalam perjudian dan prostitusi, misalnya, meskipun pendapatan yang akan diperoleh relatif besar. Jadi tindakan tersebut dipandang sebagai tindakan rasional nilai.

- 3) Tindakan afektif (*affectual action*), yaitu tindakan yang didominasi perasaan atau emosi tanpa refleksi intelektual atau perencanaan yang sadar. Contoh tindakan-tindakan yang dilakukan karena cinta, marah, takut, gembira sering terjadi tanpa diikuti dengan pertimbangan rasional, logis dan ideologis. Ketika dua anak manusia berlainan jenis sedang dilanda asmara yang menyebabkan mereka mengalami “mabuk cinta” tidak jarang mereka melakukan suatu tindakan yang tidak logis.
- 4) Tindakan tradisional (*Traditional action*), yaitu tindakan karena kebiasaan atau tradisi. Tindakan tersebut dilakukan tanpa refleksi yang sadar atau perencanaan. Tindakan ini biasa dilakukan karena nenek moyang terdahulu sering melakukannya secara turun temurun. Oleh karena itu, tradisi ini harus dilanjutkan, kata pelaku tindakan tradisional.<sup>11</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Untuk menjaga keaslian dan menghindari duplikasi pada penelitian yang dilakukan, maka dibawah ini peneliti memaparkan penelitian yang relevan dengan judul yang peneliti kaji, antara lain sebagai berikut :

1. Siti Sumayani, Pengaruh Penggunaan Media Sosial (Instagram) Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko depiRTN, Kota Mataram, Universitas Islam Negeri Mataram 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penggunaan

---

<sup>11</sup> Damsar, *Pengantar Teori Sosiologi*, ( Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 116-120.

media sosial terhadap minat beli konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Studi kasus dalam penelitian ini yaitu Mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram angkatan 2016. dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisisioner.<sup>12</sup>

2. Muhammad Robiin, Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Lombok Tengah Tahun Pelajaran 2019/2020, Universitas Islam negeri mataram 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak penggunaan media sosial terhadap akhlak siswa kelas XI di MAN 2 Lombok Tengah dan untuk mengetahui langkah-langkah guru dalam mengantisipasi dampak negatif penggunaan media sosial terhadap akhlak siswa. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi dalam pengumpulan datanya. Yang berkesimpulan bahwa penggunaan media sosial oleh siswa MAN 2 Lombok Tengah berdampak positif dan negatif tergantung dari kapasitas siswa dalam menggunakannya. Dan tindakan yang dilakukan oleh guru dalam meminimalisir dampak penggunaan negatif dari media sosial yaitu pembatasan dalam penggunaan *handphone* dan melakukan pembinaan, serta menghimbau wali murid untuk ikut mengontrol ketika di rumah atau diluar sekolah.<sup>13</sup>

3. Aida Fitayala, Pengaruh Penggunaan *Smartphone*

---

<sup>12</sup>Siti Sumayani, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial (Instagram) Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko depiRTN, Kota Mataram", Universitas Islam Negeri Mataram 2020.

<sup>13</sup> Muhammad Robiin, "Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Lombok Tengah Tahun Pelajaran 2019/2020", Universitas Islam Negeri Mataram 2019.

Terhadap Gaya Hidup Konsumtif, Universitas Islam Negeri Mataram 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *smartphone* terhadap gaya hidup konsumtif dengan studi kasus yang dilakukan pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisisioner, dengan jumlah sampel sebanyak 136 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan *smartphone* berpengaruh positif terhadap gaya hidup konsumtif.<sup>14</sup>

4. Milad Insani Ahsanu Sholihat, Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Prilaku Sosial Remaja Di Desa Pengadang Dusun Pengadang Utara Kabupaten Lombok Tengah, Universitas Muhammadiyah Mataram 2019. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan studi kasus dari penelitian ini yaitu remaja di dusun pengadang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa observasi dan penyebaran kuisisioner terhadap 66 responden. Berdasarkan hasil uji statistik penelitian ini menunjukkan bahwa faktor menggunakan media sosial facebook berpengaruh secara signifikan terhadap prilaku sosial remaja. Dengan implikasi penelitian yakni, penelitian ini hanya menemukan 35% dari faktor-faktor yang mempengaruhi prilaku sosial remaja di dusun pengadang utara. Dan sisanya merupakan faktor-faktor yang belum

---

<sup>14</sup>Aida Fitayala, "*Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Gaya Hidup Konsumtif*", Universitas Islam Negeri Mataram 2019.

diketahui penyebabnya.<sup>15</sup>

Jadi kesimpulannya ialah kesamaan antara penelitian-penelitian diatas dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh atau dampak dari pertumbuhan teknologi komunikasi baik itu Smartphone maupun media sosial seperti, Facebook, dan Instagram. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini lebih condong membahas tentang pengaruh sosial media secara umum saja terhadap prilaku sosial keagamaan mahasiswa UIN Mataram. Perbedaan lainnya adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian di atas yaitu keempat penelitian tersebut menggunakan satu metode saja. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode campuran *Mixed Method* yaitu metode kuantitatif yang didukung dengan data kualitatif di dalam satu penelitian.

### C. Kerangka Berpikir

Penelitian ini membahas tentang pengaruh media sosial terhadap sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen, variabel dependen. Adapun variabel independen X dalam penelitian ini adalah pengaruh media sosial (X), dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah

---

<sup>15</sup> Milad Insani Ahsanu Sholihat, "Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Prilaku Sosial Remaja Di Desa Pengadang Dusun Pengadand Utara Kabupaten Lombok Tengah", Universitas Muhammadiyah Mataram 2019

sosial keagamaan (Y). Kerangka pemikiran ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dibahas. Adapun konseptual dalam penelitian ini dapat dijabarkan melalui kerangka pemikiran teoritis pada gambar di bawah ini.

**Gambar 1.1 Kerangka Berpikir**



#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terkait rumusan masalah penelitian, hipotesis dikatakan sementara karena jawaban diberikan berdasarkan teori. Sugiyono juga mengatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya.<sup>16</sup>

Dari hasil teoritik dan rumusan kerangka konseptual penelitian, yang sebagaimana telah dipaparkan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho : Diduga tidak ada pengaruh media sosial terhadap sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram.

Ha : Diduga ada pengaruh media sosial terhadap sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram.

---

<sup>16</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen, (Bandung: Alfabet, 2015), hal. 132.



**Perpustakaan UIN Mataram**



**Perpustakaan UIN Mataram**



**Perpustakaan UIN Mataram**

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian survey. Penelitian survei merupakan tata cara dalam penelitian, dimana peneliti melakukan survei atau memberikan angket skala likert pada suatu sampel untuk menggambarkan sikap, opini, atau karakteristik dari responden. Tujuannya untuk mempersentasikan hasil pengaruh media sosial terhadap sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram angkatan 2018.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan *Mixed Method*, Creswell dalam buku sugiono menyatakan bahwa "*Mixed Method is an approach to inquiry that combines or associated both qualitative quantitaf from of research*" Metode kombinasi adalah pendekatan penelitian yang menggabungkan atau menghubungkan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif.<sup>17</sup>Karena menyajikan hasil penelitian angka-angka untuk mengetahui bagaimana pengaruh Variabel Media sosial terhadap sosial keagamaan. yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistic atau wawancara mendalam dari suatu kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan ini dipilih untuk mengukur pengaruh sosial media terhadap sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram angkatan 2018.

---

<sup>17</sup> Sugiyono, Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif dan kombinasi, (Cet, IV; Bandung: Alfabeta,2013), hlm 19.

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah dari generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>18</sup> Populasi dalam penelitian ini menggunakan seluruh mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram angkatan 2018 yang berjumlah 304 mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial.<sup>19</sup>

### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi dalam jumlah besar maka peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Menurut Arikunto apabila populasi yang diteliti kurang dari 100 maka sampel harus diambil semua. Akan tetapi apabila populasi lebih dari 100 maka sampel yang diambil sebesar 10% - 15% atau lebih kurang tergantung pada hal berikut :

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana.
- b. Sempit luasnya pengamatan dari setiap

---

<sup>18</sup> Sugiono, *Moetode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta 2015), hlm. 119.

<sup>19</sup> Staf bagian Akademik, *Wawancara*, Akademik FUSA, 22 Februari 2022.

subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.

c. Besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti.

Untuk pengukuran sampel peneliti menggunakan rumus solvin yang dimana rumus ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel dan populasi yang diketahui jumlahnya.

Rumus Solvin

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

Keterangan :

N = Ukuran populasi

n = Ukuran sampel

e = Perkiraan tingkat kesalahan 10%

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

$$n = \frac{304}{(1+304 \times 0,10^2)} = \frac{304}{(1+304 \times 0,01)} = \frac{304}{1+3,04} = \frac{304}{4,04} = 75,24 \text{ (dibulatkan menjadi 76).}$$

Jadi berdasarkan perhitungan di atas dapat diperoleh sampel dalam penelitian ini yang berjumlah 76 responden dari 304 populasi mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram angkatan 2018 yang menjadi pengguna media sosial.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah tehnik *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* merupakan bagian dari teknik *Probability Sampling*. Simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel

secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasinya.<sup>20</sup>

### C. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram. Pelaksanaan dalam penelitian ini memerlukan rancangan waktu yang tepat sehingga peneliti dapat melakukan penelitian yang baik sesuai dengan yang diharapkan. Waktu penelitian yaitu 1-3 bulan sampai peneliti mendapatkan data yang valid.

### D. Variabel Penelitian

#### 1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas (independen) yang digunakan dalam penelitian ini adalah sosial media (X).

#### 2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah sosial keagamaan (Y).

### E. Desain Penelitian

Desain penelitian dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian survey. Desain penelitian survey adalah penelitian dengan mengumpulkan informasi Dari suatu sampel dengan menanyakannya melalui angket atau wawancara untuk menggambarkan berbagai aspek dari populasi.<sup>21</sup> Maka dalam penelitian ini, peneliti akan

---

<sup>20</sup> Ahmad Usman, *Mari Belajar Meneliti*, (Yogyakarta: Genta Press, 2008), hlm 254.

<sup>21</sup> Tarra Septian, "Survei Pelaksanaan Standar Kompetensi Pelajaran Seni Musik Kelas VII SMP Dalam Mengekspresikan Diri

membagikan angket kepada mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram angkatan 2018 untuk mendapatkan data kuantitatif.

## F. Instrumen / Alat dan Bahan Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam mengumpulkan data. Alat bantu tersebut berupa angket, test, skala bertingkat, pedoman wawancara, pedoman observasi, dan *ceklist*.<sup>22</sup> Instrumen pengumpulan data pada penelitian ini berupa kuesioner yang dimana responden akan menjawab pertanyaan dengan pilihan jawaban yang sudah disediakan.

Alat dan bahan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS for windows versi 26 atau eviews. SPSS adalah sebuah program computer statistic yang berfungsi dalam membantu mengolah dan memproses data-data statistic secara tepat dan cepat, serta akan menghasilkan berbagai model input dan output yang dikehendaki oleh peneliti.

## G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk dapat mengumpulkan data yang terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti.<sup>23</sup> Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berfokus pada teknik Angket atau kuisisioner sebagai metode inti yang dibantu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai metode pelengkap. Adapun penjelasan teknik pengumpulan data yang

---

Melalui Karya Seni Musik Daerah Setempat Di Wilayah Kabupaten Gunung Kidul", (*Skripsi Jurusan Seni Musik, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018*).

<sup>22</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi UIN Mataram Tahun 2020*, (Mataram: UIN Mataram, 2020), hal. 34

<sup>23</sup> A. Muri Yusuf, "*Metodologi Penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan gabungan*", Jakarta: Prenamedia Group, 2014), hal. 150.

digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

### 1) Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden yang akan diukur. Dengan kuesioner ini dapat diketahui tentang data diri, pengalaman, sikap, dan pendapatnya. Angket dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui POS atau internet.

Prinsip penulisan angket menyangkut berupa faktor yaitu isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan mudah, pertanyaan tertutup atau terbuka, negatif-positif, pertanyaan tidak mendua, tidak menanyakan hal-hal yang sudah lupa, pertanyaan tidak mengarahkan, pertanyaan panjang, dan urutan pertanyaan.<sup>24</sup>

### 2) Wawancara

Wawancara adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Ciri langsung dari wawancara ini adalah kontak langsung dengan tatap muka antara si pencari informasi dan sumber informasi.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan informasi pendukung dari teknik pengumpulan data yang ini. Wawancara dalam penelitian ini nantinya akan menjadi pelengkap dari metode pengumpulan angket atau kuisisioner.

---

<sup>24</sup> Sugiono, *metodelogi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018) hal 142.

<sup>25</sup> Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif", *EQUILIBRIUM*, Vol. 5, No. 9, Januari-Juni 2009, hlm. 7.

### 3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara memperoleh data secara langsung dari lokasi penelitian seperti foto, video, arsip, artikel, jurnal, dan sebagainya.<sup>26</sup> Dalam penelitian ini, peneliti akan membuat dokumentasi dalam bentuk foto dan video terutama pada saat memasuki lapangan dan akan menanyakan dan meminta salinan dokumen atau arsip yang relevan terhadap penelitian ini selama mendapat izin dari pihak yang bersangkutan.

### 4) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai variabel spesifik bila dibandingkan dengan teknik pengumpulan data lain yaitu wawancara dan kuesioner yang selalu berkomunikasi dengan orang maka, teknik observasi tidak terbatas pada orang tetapi objek-objek alam lainnya.<sup>27</sup>

Perpustakaan UIN Mataram

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori

---

<sup>26</sup> *Ibid*, hal. 90

<sup>27</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 234.

menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Berdasarkan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka akan dilakukan analisis berdasarkan data yang diperoleh dengan menggunakan analisis sebagai berikut :

## 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Uji Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur test dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.<sup>28</sup>

Uji Validitas adalah prosedur pengujian untuk mengetahui apakah instrumen dapat mengukur dengan tepat atau tidaknya instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data itu valid. Valid disini artinya instrumen tersebut dapat digunakan dalam mengukur apa yang seharusnya di ukur.

Uji validitas biasanya digunakan untuk meneliti dan mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar, atau konstruk pertanyaan

---

<sup>28</sup> Zulkifli Matondang, "Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian ", *Jurnal Tabularasa PPS Unimed*, Vol.6, Nomor 1, Juni 2009, hlm. 87-97.

dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas ini biasanya digunakan untuk membandingkan hasil  $r$  hitung dengan  $r$  table, dimana  $df=n-2$  dengan sig 5% jika  $r$  table <  $r$  hitung maka data valid.

Untuk uji coba validitas penggunaan sosial media (X), dan sosial keagamaan (Y) dianalisis dengan rumus korelasi product moment dari Karl Pearson sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

$n$  = Jumlah sampel

$\sum_{i=1}^n x$  = Jumlah skor x

$\sum y$  = Jumlah skor y

$X_y$  = Skor rata-rata dari x dan y<sup>29</sup>

#### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu alat yang digunakan peneliti untuk mengukur sejauh mana tingkat dari kepercayaan atau kehandalan kuesioner instrumen. Pada penelitian kuantitatif, suatu data dapat dikatakan reliabel atau handal apabila dua atau lebih penelitian pada tempat yang sama mendapatkan data yang sama.

Pada penelitian ini pengujian reliabilitaskan menggunakan rumus Alfa dari Cronbach, yaitu sebagai berikut :

---

<sup>29</sup> *Ibid*, hlm 112.

$$r_u = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right)$$

$$\text{Dimana rumus } \sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{\sum X^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma^2$  = Jumlah butir pertanyaan

$\sigma$  = Variabel total<sup>30</sup>

Pada pengujian ini, dikatakan reliabel atau handal apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan dikatakan tidak reliabel atau handal apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier. Pada uji asumsi klasik ini ada 4 pengujian yang sering digunakan antara lain adalah :

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah variabel pengganggu yang mempunyai distribusi normal dalam model regresi. Uji normalitas juga dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berasal dari populasi tersebut

---

<sup>30</sup> Eli Miswati, "Pengaruh Pengelolaan Penarikan Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah Perspektif Ekonomi Islam", (*Skripsi*, Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negara Raden Intan Lampung, 2016)

berdistribusi normal atau tidak.

Pada pengujian normalitas ini, peneliti menggunakan uji Kolmogrow Smirnov satu arah. Perolehan kesimpulan nantinya berguna untuk menentukan apakah data tersebut mengikuti distribusi normal atau tidak. Dengan menilai nilai signifikannya. Jika nilai signifikansinya  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal begitupun sebaliknya jika nilai signifikannya  $> 0,05$  maka variabel berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonialitas

Uji multiokolonialitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah ada tidaknya variabel independen dalam suatu model. Kemiripan pada variabel independen akan berakibat pada korelasi yang sangat kuat. Uji multikolonialitas juga berfungsi untuk menghindari kebiasaan pada saat mengambil keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang diperoleh 1-10 maka tidak terjadi multikolonialitas begitupun sebaiknya jika VIF yang diperoleh  $> 10$  maka terjadi multikolonialitas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linier yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari nilai residual suatu pengamat ke pengamat yang lain. Cara mengetahui apakah ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu regresi, dapat dilihat melalui pola gambar scatterplot pada regresi yang tidak memiliki gejala heteroskedastisitas titik pada scatterplotnya menyebar di atas dan di bawah pada

sekitar angka 0, titik-titik pada data tidak boleh berbentuk bola bergelombang melebar kemudian menyempit dan kembali melebar, penyebaran titik-titik menjadi tidak berpola.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan pengujian yang dimana variabel dependennya tidak berkorelasi dengan nilai variable itu sendiri, baik nilai dari periode sesudahnya maupun nilai dari periode sebelumnya.

Menurut dwi puriyanto, uji autokorelasi adalah keadaan yang dimana pada model regresi terdapat korelasi antara residual pada periode tertentu  $t$  dengan residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ), jadi model regresi yang baik yaitu yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Adapun metode pengujian yang digunakan adalah uji Durbin Watson (DW-test).<sup>31</sup>

Cara menentukan ada atau tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) ialah dari ketentuan berikut :

- 1) Jika nilai DW dibawah -2 atau  $DW < -2$  maka terjadi autokorelasi yang positif.
- 2) Jika nilai DW berada diantara -2 dan atau +2 atau  $-2 < DW < +2$  maka tidak terjadi autokorelasi.
- 3) Jika nila DW diatas 2 atau  $> 2$  maka terjadi autokorelasi negatif.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), hlm. 172.

<sup>32</sup> Muhammad Arief Rialdy, "Analisis Pengaruh Disposable Income Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Menabung Ibu-ibu Majelis Taklim Al-Hidayah Di Perbankan Syariah", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya,

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji T (Uji Parsial)

Uji T (Uji Parsial) merupakan uji statistik t yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap nilai dependen jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel independen secara individual berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan  $t_{hitung} < 0,045$  maka secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

#### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan merupakan uji statistik f yang digunakan untuk mengukur bagaimana pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan menggunakan nilai probabilitas (sig). Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen.

#### c. $R_2$ (Koefisien Determinasi)

Pada regresi linier koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan varian dari variabel dependen. Pada output SPSS. Koefisien determinan terdapat pada table model summary yang ditulis R square. Tetapi untuk regresi linear berganda, sebaliknya menggunakan R Square yang telah disesuaikan (Adjusted R Square ) karena

telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang akan digunakan dalam penelitian. Jika nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) lebih kecil itu artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam mendekati variabel dependen memberikan hampir semua informasinya dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependennya.<sup>33</sup>

#### 4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel bebas dengan terikat. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui Pengaruh media sosial terhadap sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN mataram angkatan 2018.

Berikut persamaan regresi linier sederhana

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

X = Penggunaan media sosial

Y = Sosial keagamaan

a = Angka konstanta koefisien regresi

e = standar eror

b = koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel ke dependen yang berdasarkan perubahan variabel independen.

---

<sup>33</sup> Eli Miswati, "Pengaruh Pengelolaan Penarikan Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah Perspektif Ekonomi Islam", (*Skripsi*, Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negara Raden Intan Lampung, 2016)

Rumus harga a dan b

$$a = \frac{(\sum Y^1)(\sum X_1^2) - (\sum X_1^1)(\sum X_1^1 Y^1)}{n\sum X_1^{12} - (\sum X_1^1)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum Y^1 X_1^1 - (\sum X_1^1)(\sum Y^1))}{n\sum X_1^2 - (\sum X_1^1)^2}$$

Untuk menghitung koefisien persamaan antara korelasi antara variabel yang digunakan rumus sebagai berikut :

$$r^2 = 1 - \frac{\sum (Y - Y_p)^2}{\sum (Y - \bar{Y})^2}$$

Keterangan

$X_1$  = Nilai responden dengan perlakuan

$Y_1$  = Nilai responden dengan perlakuan

$Y_p$  = Nilai responden setelah dimasukkan ke persamaan regresi linier, karenanya untuk menarik kesimpulan apakah hipotesis nol diterima atau ditolak digunakan kriteria pengujian sebagai berikut :

a. Apabila  $r$  hitung  $< r$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dan kesimpulannya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara media sosial dengan sosial keagamaan

b. Apabila  $r$  hitung  $> r$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima kesimpulannya terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan sosial keagamaan.



**Perpustakaan UIN Mataram**



**Perpustakaan UIN Mataram**

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah berdirinya UIN Mataram

UIN Mataram telah berdiri lebih dari setengah abad. Keberadaan lembaga Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri pertama dan tertua di kawasan tenggara Indonesia ini menjadi bagian penting bagi dinamika perkembangan pendidikan masyarakat di kawasan ini. Sejarah perkembangan UIN Mataram merupakan perwujudan dari gagasan dan keinginan masyarakat Nusa Tenggara Barat yang merupakan penduduk mayoritas muslim, untuk mencetak kader pimpinan dan intelektual muslim bagi keperluan perjuangan bangsa.

Embrio pendirian UIN Mataram diawali dengan adanya sekolah persiapan IAIN Al-Jami'ah Yogyakarta yang diresmikan berdirinya berdasarkan SK Menteri agama No. 93 tanggal 16 September 1963. Pada tahun 1965 dikeluarkan SK Menteri Agama No. 93 Tahun 1963. Tentang pembentukan panitia persiapan Pembukaan Fakultas Tarbiah IAIN Al-Jami'ah Sunan Ampel cabang Mataram tanggal 25 September 1965 sehingga berdirilah Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Sunan Ampel cabang Mataram yang diresmikan oleh Menteri Agama RI prof.K.H. Saifuddin Zohri, pada tanggal 24 Oktober 1966 dengan SK Menteri Agama No. 63 Tahun 1966, bertempat di pendopo Gubernur Nusa Tenggara Barat.<sup>34</sup>

Kemudian dalam perkembangannya, yakni sejalan dengan kebijakan pemerintah di bidang pendidikan,

---

<sup>34</sup> *Dokumentasi*, Naskah Akademik Penataan Unit Organisasi Dari IAIN Menuju UIN Mataram.

bahwa seluruh Perguruan Tinggi Negeri yang berada di luar lembaga induk (cabang) harus berdiri sendiri, tidak lagi menjadi cabang dari lembaga induk, seperti status Fakultas Tarbiyah, Syariah UIN Sunan Ampel cabang Mataram, diharuskan untuk berdiri sendiri, tidak lagi bergabung dengan IAIN Sunan Ampel Surabaya. Atas dasar kebijakan tersebut dan sesuai Keputusan Menteri Pendidikan Nasional No. B/589/I/1997 tentang persetujuan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, maka fakultas Tarbiyah dan fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel cabang Mataram beralih status menjadi STAIN Mataram. Fakultas Tarbiyah berubah menjadi jurusan Tarbiyah dan Fakultas Syariah berubah menjadi jurusan Syariah. Selanjutnya merespon keinginan masyarakat dan sivitas akademik di bidang pengembangan dakwah Islamiah, didirikan satu jurusan baru yakni jurusan Dakwah. Keberadaan jurusan Dakwah semakin menambah kontribusi STAIN Mataram di tengah masyarakat.<sup>35</sup>

Dengan tiga jurusan yang ada, perkembangan STAIN Mataram selanjutnya mengalami tren positif dan memperoleh dukungan besar dari masyarakat. Dengan dukungan dari pemerintah Provinsi NTB, Perguruan Tinggi se-NTB, Tokoh Agama dan Tokoh Masyarakat, maka STAIN Mataram melakukan alih status menjadi IAIN Mataram. alih status ini dikukuhkan oleh Menteri Agama RI pada hari Senin tanggal 11 Juli 2005, berdasarkan Surat Keputusan RI Nomor 91 Tahun 2004, Tanggal 18 Oktober 2004 Tentang "Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Mataram."<sup>36</sup>

Peristiwa Transformasi dari IAIN menjadi UIN Mataram terjadi dalam tiga fase. Fase pertama pada

---

<sup>35</sup> *Ibid*

<sup>36</sup> *Ibid*

pimpinan bapak Asnawi rektor IAIN Mataram periode 2006-2010. Pada fase inilah terjadi embrio gagasan untuk melakukan transformasi kelembagaan, fase kedua pada kepemimpinan bapak Mutawali yang merupakan rektor IAIN tahun 2014 sampai sekarang telah menjadi UIN. Proses transformasi tersebut memerlukan waktu tidak kurang tujuh tahun. Embrio gagasan tentang transformasi ini mulai muncul pada masa jabatan bapak Asnawi sebagai rektor. akan tetapi belum ada tindakan berarti masih sebatas wacana. Kemudian pada masa jabatan bapak Nashrudin mulai diseriisi tentang transformasi ini mulai diseriisi tentang transformasi kelembagaan tersebut. Pada tahun 2010 mulai menyusun proposal untuk bantuan dan kepada *Islamic Development Bank* (ISDB), dan pada tahun 2011 Bapenas mengeluarkan keputusan bahwa empat kampus IAIN termasuk IAIN Mataram mendapat bantuan dana dari ISDB untuk proses transformasi kelembagaan.<sup>37</sup>

Pada hari Sabtu, 8 April 2017, Institut Agama Islam Negeri Mataram (IAIN) Mataram resmi beralih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram berdasarkan peraturan Presiden (Perpres) bersama lima IAIN lainnya di Indonesia. Perubahan IAIN menjadi UIN ditandatangani oleh Presiden Joko Widodo dan Prof. Dr. H. Mutawali, M.Ag.

## 2. Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram

Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram Beralamatkan di Jalan Gajah Mada Nomor 100, Kelurahan Jempong Baru, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram, NTB. Dengan SK Pendirian Fakultas : Nomor

---

<sup>37</sup> Ahmad Yani, " Manajemen Strategik Perguruan Tinggi Islam (Studi Transformasi IAIN Menjadi UIN Mataram)",(Tesis, Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Mataram, 2018), hlm. 60.

34 tentang alih status IAIN ke UIN Mataram, pada tanggal 3 April 2017.

Pada tahun 2022 Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama merupakan fakultas yang bertata kelola baik dan berdaya saing dalam pengembangan dan pengintegrasian ilmu keislaman, ilmu sosial, ilmu politik dan pemerintahan yang berdimensi peradaban Islami. Hal tersebut berlandaskan pada visi dan misi FUSA yakni menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang mengintegrasikan ilmu keislaman, ilmu sosial, ilmu politik, dan pemerintahan yang bersifat filosofis, teoritik dan praktik. Sekaligus melaksanakan penelitian dan kajian ilmiah dalam ranah ilmu keislaman, ilmu sosial, ilmu politik, dan pemerintahan. Serta memberi pengabdian kepada masyarakat melalui kerjasama dengan *stakeholder* yang bertujuan untuk memelihara tradisi manajemen modern yang berbasis pada akuntabilitas, transparansi, efisiensi, efektifitas, dan berdaya saing dalam ranah ilmu keislaman, ilmu sosial, ilmu politik, dan pemerintahan.

Dengan demikian Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama memiliki tiga prodi yakni Sosiologi Agama, Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, dan Pemikiran Politik Islam. Sosiologi Agama merupakan fakultas yang berdiri pada tanggal 22 juli 2015. Jurusan ini disiapkan bagi bagi mahasiswa yang meniti karir dan berkiprah dalam berbagai profesi, baik sebagai PNS maupun pekerjaan sektor Swasta seperti konsultan bimbingan karir, konselor, Guru bimbingan konseling (BK) dan Dosen. Dengan Gelar kesarjanaan, Sarjana Sosial (S.Sos.I).

Prodi berikutnya adalah Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir yang didirikan pada tanggal 22 Juli 2015 dan dimulainya penyelenggaraan pada Maret 2015. Jurusan ini disiapkan untuk mahasiswa yang akan meniti karir menjadi seorang

PNS, Ilmuan dalam bidang Al-qur'an dan Tafsir, Pengajar Tafsir, Akademisi, dan penyuluh Agama. Dengan gelar kesarjanaan, Sarjana Agama (S.Ag).

Prodi yang terbaru adalah Pemikiran Politik Islam, Disiapkan bagi mahasiswa yang akan meniti karir dan berkiprah sebagai Peneliti Pendidikan Pemikiran Politik Islam, Anggota DPR, DPD, DPRD, dan pada Lembaga MPR, DPR, dan DPRD, Pegawai Kementerian, Badan, dan lembaga di Pemerintah RI, Birokrat Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Dengan Gelar Kesarjanaan : Sarjana Sosial (S.Sos.I).

Berikut data jumlah mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan studi Agama pada Tahun ajaran 2021/2022

**Tabel 4.1. Jumlah mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Semester Ganjil 2021/2022**

No	Jurusan	Aktif	Tidak Aktif	Wisuda
1	Sosiologi Agama	576	130	96
2	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir	527	101	48
3	Pemikiran Politik Islam	306	41	0
Total		1408	272	104

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah mahasiswa aktif di Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Berjumlah 1.408 orang dengan jumlah masing masing

prodi yaitu Sosiologi agama 575 orang, Ilmu Al-qur'an dan Tafsir 527 orang, dan Pemikiran politik Islam 306 orang. Pada penelitian ini penulis memfokuskan penelitian pada mahasiswa FUSA angkatan 2018 dengan jumlah mahasiswa keseluruhan 304 mahasiswa dengan jumlah di masing-masing prodi yaitu SA 118 mahasiswa, IQT 123 Mahasiswa, dan PPI 63 mahasiswa yang merupakan angkatan tahun 2018.

## B. Hasil Penelitian Kuantitatif

### 1. Analisis Deskriptif

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuisisioner secara online kepada responden. Penyebaran kuisisioner secara online dilakukan dengan mengirimkan link kuisisioner google form ke dalam grup angkatan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama 2018 dan mengirimkan secara pribadi kepada setiap responden yang merupakan mahasiswa FUSA angkatan 2018. pengumpulan data secara online melalui pesan grup dan pribadi ini diharapkan lebih efektif untuk meningkatkan respon dari responden dalam penelitiann ini. Penyebaran kuisisioner ini dilakukan mulai dari tanggal 14 Maret – 24 maret 2022.

Adapaun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Simple Random Sampling* , yaitu pengambilan sampel dari orang yang paling mudah dihubungi dari jumlah keseluruhan mahasiswa fakultas Ushuluddin dan Studi Agama angkatan 2018 UIN Mataram. Pengambilan sampel ini dilakukan berdasarkan pada subjek yang mudah dihubungi (asal masih dalam populasi).

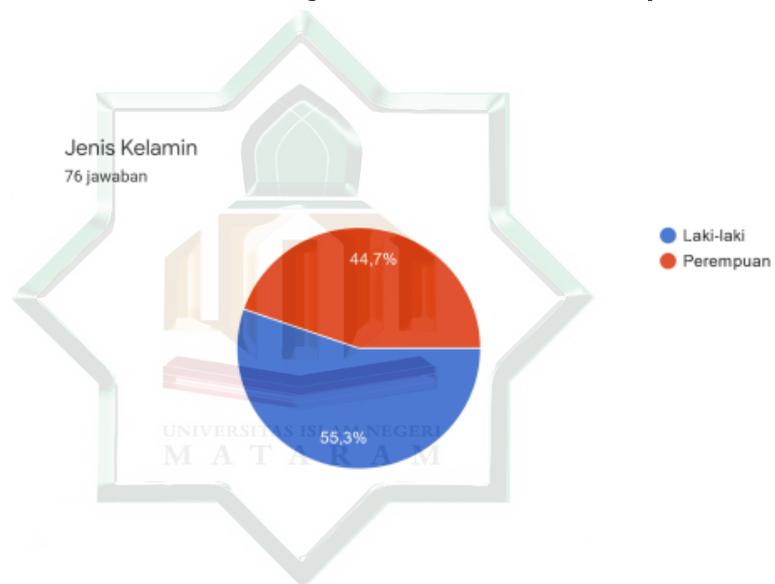
### 2. Deskripsi Karakteristik Data Responden

Karakteristik responden dari penelitian ini yaitu

mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram angkatan tahun 2018. Deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi Jenis kelamin, jurusan, dan kelas dari masing-masing responden tersebut. Hasil analisis dari ketiga data tersebut telah disajikan dalam bentuk diagram di bawah ini.

a. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

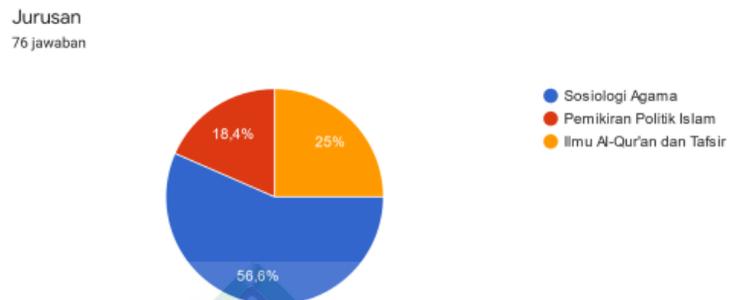
**Gambar 4.1. Diagram Jenis Kelamin Responden**



Berdasarkan data yang diperoleh, dari total keseluruhan responden yakni sebanyak 76 responden, terdapat 42 responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 55,3% dan sebanyak 34 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 44,7%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa berjenis kelamin laki-laki.

b. Data responden berdasarkan jurusan

**Gambar 4.2. Diagram Jurusan Responden**

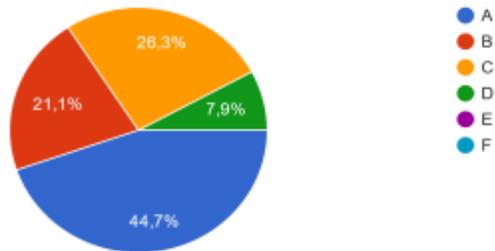


Berdasarkan data yang diperoleh dari total keseluruhan responden yaitu sebanyak 76 responden yang merupakan mahasiswa FUSA angkatan tahun 2018, terdapat 43 responden yang berada di jurusan Sosiologi Agama dengan persentase 56,6% yang merupakan jumlah terbanyak dari dua jurusan lainnya yaitu Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir berjumlah 19 responden dengan persentase 25% dan Pemikiran Politik Islam berjumlah 14 responden dengan persentase 18,4%. Jadi dapat dikatakan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa jurusan Sosiologi Agama dengan persentase 56,6%.

c. data responden berdasarkan kelas

**Gambar 4.3. Diagram Kelas Responden**

Kelas  
76 jawaban



Berdasarkan data yang diperoleh dari total 76 responden, yakni terdapat 34 responden yang berada di kelas A dengan persentase 44,7%, 16 responden berada di kelas B dengan persentase 21,1%, 20 responden berada di kelas C dengan persentase 26,3%, dan 6 responden berada di kelas D dengan persentase 7,9%. Jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah responden didominasi oleh kelas A, kemudian disusul secara berurutan oleh kelas C, B dan D.

### 3. Deskripsi Hasil Angket

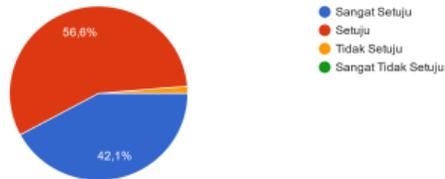
Deskripsi hasil angket adalah gambaran penilaian dari setiap responden terhadap variabel media sosial dan sosial keagamaan yang ada di dalam penelitian ini. Dimana pengukuran kuisionernya menggunakan skala likert dengan kriteria sangat setuju memiliki nilai 4, setuju memiliki nilai 3, tidak setuju bernilai 2 dan sangat setuju bernilai satu.

#### a. Variabel Media Sosial (X)

##### 1) X.1 Indikator Mendapatkan Informasi

#### **Gambar 4.4. Diagram Jawaban Pernyataan X.1**

Saya menggunakan media sosial untuk mendapatkan berbagai informasi, peristiwa atau kondisi yang terjadi di dunia maya.  
76 jawaban

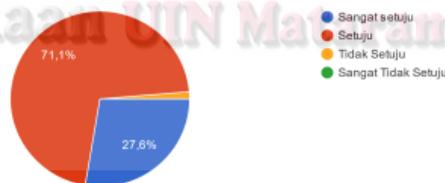


Pada gambar diagram di atas, dapat dilihat bahwa sebanyak 56,6% (43) responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini. Sebanyak 32 responden memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase 42,1% dan sisanya menjawab tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1,3%.

## 2) X.2 Indikator Mendapatkan Informasi

Gambar 4.5. Diagram Jawaban Pernyataan X.2

Saya sering mendapatkan informasi menyangkut masalah atau kehidupan sosial keagamaan di media sosial.  
76 jawaban



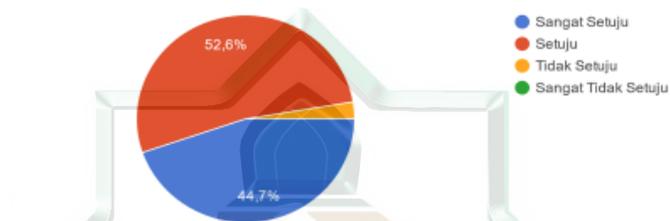
Pada gambar diagram di atas, dapat dilihat bahwa persentase jawaban “setuju” responden sangat mendominasi dengan 71,1% (54 mahasiswa) sisanya menjawab “sangat setuju”

berjumlah 21 responden dan tidak setuju berjumlah 1 responden, kedua jawaban tersebut memiliki persentase 27,6% dan 1,3%.

### 3) X.3 Indikator Interaksi Sosial

#### Gambar 4.6. Jawaban Pernyataan X.3

Saya membutuhkan sosial media untuk berinteraksi dengan kerabat jauh di dunia maya.  
76 jawaban

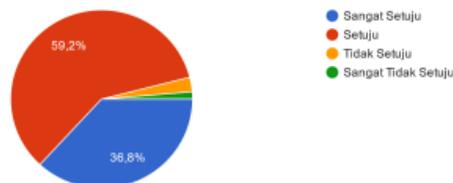


Pada gambar diagram di atas telah dipaparkan persentase jawaban dari 76 responden yang mengisi kuisioner ini dengan jawaban “setuju” 52,6% , “sangat setuju” 44,7% dan sisanya jawaban “tidak setuju” dengan persentase 2,6%.

### 4) X.4 Indikator Interaksi Sosial

#### Gambar 4.7. Diagram Jawaban Pernyataan X.4

Saya membutuhkan media sosial untuk berkomunikasi dengan dosen maupun teman sekelas di kampus.  
76 jawaban

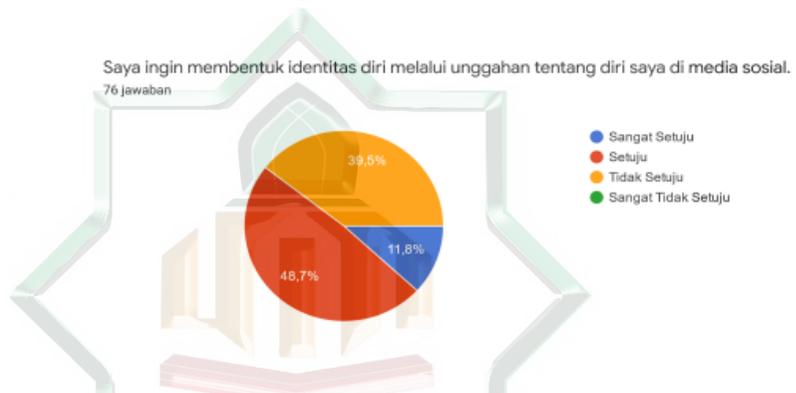


Pada gambar di atas telah dipaparkan persentase jawaban dari 76 responden yang

mengisi kuisisioner ini dengan jawaban “setuju” berjumlah 52 dengan persentase 59,2%, jawaban “sangat setuju” berjumlah 28 dengan persentase 36,8 persen, “tidak setuju” 2 dengan persentase 2,6% dan “sangat tidak setuju” berjumlah 1 jawaban dengan persentase 1,3%.

5) X.5 Indikator Eksistensi Diri

**Gambar 4.8 Diagram Jawaban X.5**



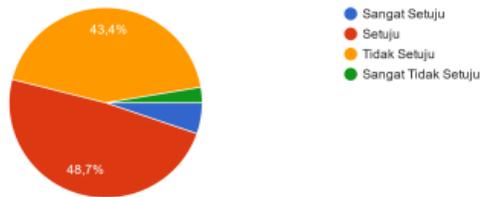
Berdasarkan hasil persentase jawaban pernyataan diatas jawaban “setuju” berjumlah 37 dengan persentase 48,7% , jawaban “tidak setuju” berjumlah 30 dengan persentase 39,5% dan jawaban “sangat setuju” berjumlah 9 dengan persentase 11,8%.

Perpustakaan UIN Mataram

6) X.6 Indikator Eksistensi Diri

**Gambar 4.9. Diagram Jawaban Pernyataan X.6**

Saya berharap keberadaan saya diakui melalui unggahan tentang diri saya di media sosial.  
76 jawaban

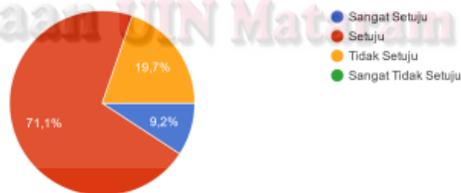


Pada hasil diagram pernyataan X.6 tersebut menunjukkan bahwa jawaban “setuju” merupakan yang tertinggi dengan jumlah 37 jawaban dengan persentase 48,7%, tanggapan tidak setuju berjumlah 33 jawaban dengan persentase 43,4%, sisanya menjawab “sangat tidak setuju” berjumlah 4 jawaban dengan persentase 5,3% dan “sangat setuju” berjumlah 2 jawaban dengan persentase 2,6%.

#### 7) X.7 Indikator Menyebarkan Kebaikan

**Gambar 4.10. Diagram Jawaban X.7.**

Saya selalu menyampaikan pengetahuan keagamaan yang saya ketahui melalui media sosial.  
76 jawaban



Dari hasil diagram di atas menunjukkan 71,1% menjawab “setuju” dengan jumlah 54 jawaban. Sisanya menjawab “tidak setuju” 19,7% dengan 15 jawaban dan “sangat tidak setuju” memiliki persentase 9,2% dengan jumlah 7 jawaban.

## 8) X.8 Indikator Menyebarkan Kebaikan

**Gambar 4.11 Diagram Jumlah Jawaban X.8.**

Saya berharap pengetahuan yang saya sampaikan di media sosial berguna bagi seluruh elemen masyarakat.

76 jawaban



Dari hasil yang ditunjukkan pada gambar tersebut, terdapat hanya dua jawaban yaitu "setuju" dan "sangat setuju". Jawaban "setuju" berjumlah 51 jawaban dengan persentase 67,1% dan jawaban "sangat setuju" berjumlah 25 jawaban dengan persentase 32,9%.

## 9) X.9 Indikator Komunitas

**Gambar 4.12 Diagram Jawaban X.9**

Saya bergabung dengan komunitas yang membahas tentang isu-isu sosial di dunia maya .

76 jawaban

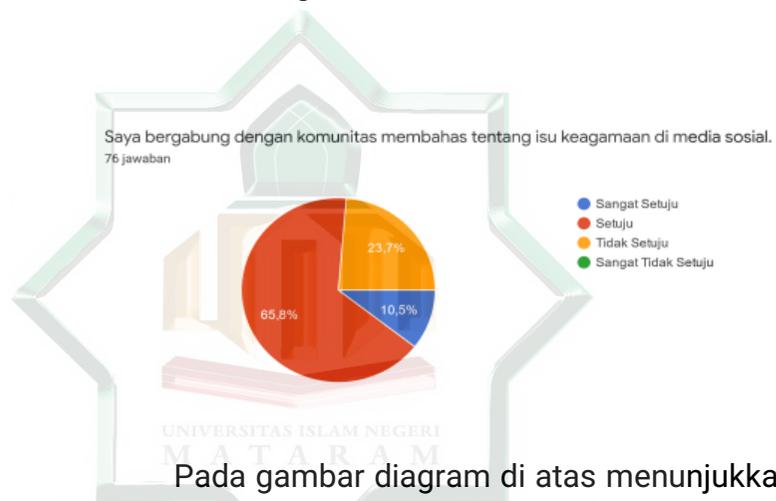


Pada hasil diagram tersebut menampilkan 76 jawaban dengan tanggapan yaitu setuju, tidak

setuju, dang sangat setuju. Jumlah jawaban dari masing-masing tanggapan tersebut ialah “setuju” berjumlah 53 jawaban dengan persentase 69,7%, “tidak setuju” berjumlah 15 jawaban dengan persentase 19,7% dan “sangat setuju” berjumlah 8 dengan persentase 10,5%.

10)X.10 Indikator Komunitas

**Gambar 4.13 Diagram Jawaban X.10**



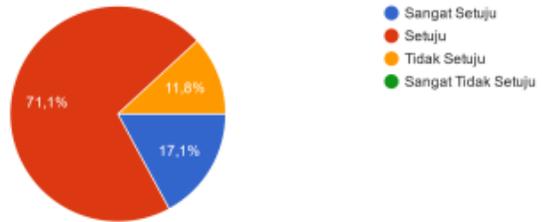
Pada gambar diagram di atas menunjukkan 3 warna berbeda yang artinya pernyataan tersebut mendapat tiga tanggapan yakni setuju, tidak setuju dan sangat setuju. Jumlah jawaban dari ketiga tanggapan tersebut yakni “setuju” berjumlah 50 jawaban dengan persentase 65,8% , “tidak setuju” berjumlah 18 jawaban dengan persentase 23,7% dan “sangat setuju” berjumlah 8 jawaban dengan persentase 10,5%.

a. Variabel Sosial Keagamaan (Y)

1) Y.1 Indikator Menjalani Nilai Ajaran Islam.

**Gambar 4.14 Diagram Jawaban Y.1**

Sosial Media banyak mempengaruhi tindakan saya terkait sosial keagamaan  
76 jawaban

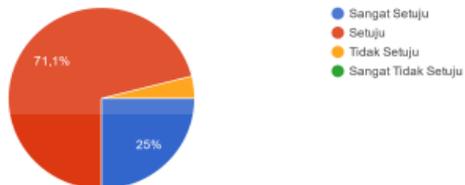


Dari diagram di atas terdapat 54 responden yang menjawab “setuju” dengan persentase 71,1%, 13 responden menjawab “sangat setuju” dengan persentase 17,1%, dan 9 responden menjawab tidak setuju dengan persentasi 11,8% .

## 2) Y.2 Indikator Menjalani Nilai Ajaran Islam

Gambar 4.15. Diagram Jawaban Y.2

Penggunaan media sosial banyak mengubah pandangan saya tentang nilai sosial keagamaan  
76 jawaban



Pada gambar di atas menunjukkan persentase jawaban responden. Sebanyak 71,1% persen responden menjawab “setuju” dengan jumlah 54 jawaban, 25% menjawab “sangat setuju”

dengan jumlah 19 responden, dan jawaban “tidak setuju” dengan 3 jawaban dengan persentase 3,9%.

### 3) Y.3 Menjalani Nilai Ajaran Islam

**Gambar 4.16. Diagram Jawaban Y.3**

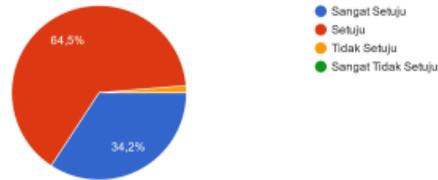


Gambar di atas menunjukkan hasil diagram persentase jawaban dari 76 responden. Sebanyak 63 responden menjawab “setuju” dengan persentase 82,9%, 11 responden menjawab “sangat setuju” dengan persentase 14,5% , dan 2 responden menjawab “tidak setuju” dengan persentase 2,6%.

### 4) Y.4 Indikator Bijak Dalam Menanggapi Berita

**Gambar 4.17. Diagram Jawaban Y.4**

Saya sering menonton kajian tentang bagaimana menjalankan nilai ajaran islam yang sesuai syariat melalui Media Sosial  
76 jawaban



Gambar di atas menunjukkan dari 76 responden terdapat 64,5% responden menjawab “setuju” dengan jumlah 49, 34,2% responden menjawab “sangat setuju” dengan jumlah jawaban 26, dan 1 responden menjawab “tidak setuju” dengan persentase 1,3%.

#### 5) Y.5 Indikator Bijak Dalam Menanggapi Berita

**Gambar 4.18 Diagram Jawaban Y.5**

Tontonan ceramah tentang pentingnya menjaga diri dari sesuatu yang haram di media sosial juga sering mempengaruhi tindakan saya  
76 jawaban

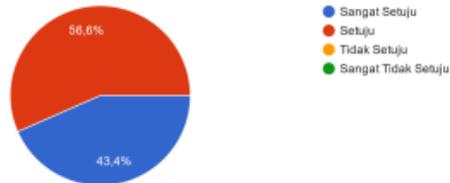


Berdasarkan gambar di atas terdapat 76 jawaban dari responden. Sebanyak 46 responden menjawab “setuju” dengan persentase 60,5%, 29 reponden menjawab “sangat setuju” dengan persentase 38,2% dan 1 responden menjawab “tiak setuju” dengan persentase 1,3%.

#### 6) Y.6 Indikator Bijak Dalam Menanggapi Berita

**Gambar 4.19. Diagram Jawaban Y.6**

Saya bertindak baik didalam masyarakat karena nilai keagamaan yang saya dapat dari penggunaan media sosial  
76 jawaban

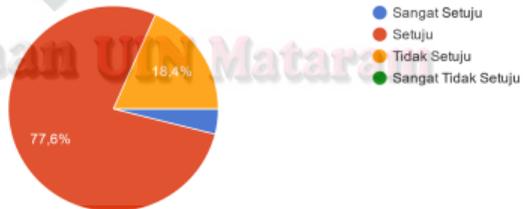


Pada gambar di atas terdapat dua tanggapan dari 76 responden yakni setuju dan sangat setuju. Terdapat 43 responden menjawab setuju dengan persentase 56,6% dan 33 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 43,4%.

7) Y.7 Indikator Tindakan Rasional Instrumental

**Gambar 4.20. Diagram Jawaban Y.7**

Saya selalu menggunakan media sosial untuk menggali tentang ajaran islam  
76 jawaban



Pada pernyataan ini terdapat 59 responden menjawab “setuju” dengan persentase 77,6%, 14 responden menjawab “tidak setuju” dengan persentase 18,4%, dan 3 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 3,9%.

## 8) Y.8 Indikator Tindakan Rasional Instrumental

### Gambar 4. 21 Diagram Jawaban Y.8

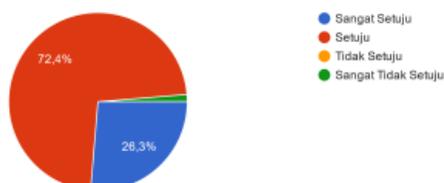


Gambar di atas menunjukkan bahwa pada pernyataan ini terdapat empat jenis tanggapan dari responden yakni sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Dari pernyataan tersebut terdapat 50 responden menjawab setuju dengan persentase 65,8%, 16 responden menjawab tidak setuju dengan persentase 21,1% , 9 responden menjawab sangat setuju dengan persentase 11,8%, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,3%.

## 9) Y.9 Indikator Tindakan Rasional Nilai

### Gambar 4.22 Diagram Jawaban Y.9

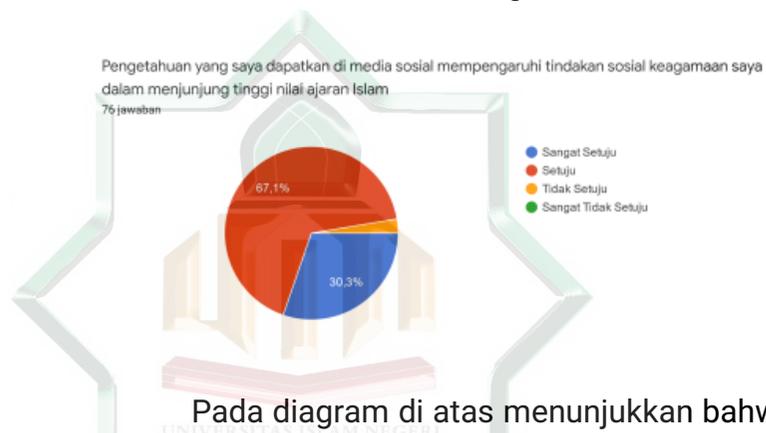
Saya mengimplementasikan ajaran kebaikan tentang sosial keagamaan yang saya dapatkan melalui media sosial  
76 jawaban



Pada diagram di atas menunjukkan bahwa terdapat 55 responden menjawab “setuju” dengan persentase 72,4%, 20 responden menjawab “sangat setuju” dengan persentase 26,3% , dan 1 rsponden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,3%.

#### 10)Y.10 Indikator Tindakan Rasional Nilai

**Gambar 4.23 Diagram Jawaban Y.10**



Pada diagram di atas menunjukkan bahwa terdapat 51 responden menjawab “setuju” dengan persentase 67,1%, 23 responden menjawab “sangat setuju” dengan persentase 30,3% , dan 2 responden menjawab “tidak setuju” dengan persentase 2,6%.

#### 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas atau kesahihan dalam penelitian ini dilakukan

dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ .<sup>38</sup> Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan valid jika nilai  $r_{hitung} >$  nilai  $r_{tabel}$ . Dan sebaliknya jika nilai  $r_{hitung} <$  nilai  $r_{tabel}$  maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Penentuan nilai  $r_{tabel}$  dalam penelitian ini menggunakan nilai signifikansi 5% atau 0,05. Jika  $N = 76$  maka diketahui  $r_{tabel} = 0,2257$ .

**Tabel 4.2. Hasil uji validitas variabel bebas (X)**

Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X1	0,549	0,2257	Valid
X2	0,496	0,2257	Valid
X3	0,673	0,2257	Valid
X4	0,587	0,2257	Valid
X5	0,670	0,2257	Valid
X6	0,620	0,2257	Valid
X7	0,504	0,2257	Valid
X8	0,439	0,2257	Valid
X9	0,581	0,2257	Valid
X10	0,639	0,2257	Valid

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel X yang berjumlah 10 butir pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} >$  nilai  $r_{tabel}$  maka

---

<sup>38</sup> Sofyan Siregar, "Statistika Deskriptif Untuk Penelitian", ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 162

dinyatakan valid dan sah digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Terikat (Y)**

Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Y1	0,674	0,2257	Valid
Y2	0,608	0,2257	Valid
Y3	0,615	0,2257	Valid
Y4	0,640	0,2257	Valid
Y5	0,659	0,2257	Valid
Y6	0,619	0,2257	Valid
Y7	0,447	0,2257	Valid
Y8	0,529	0,2257	Valid
Y9	0,489	0,2257	Valid
Y10	0,658	0,2257	Valid

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan yang diajukan dalam Variabel Y dalam penelitian ini dinyatakan valid. Karena jumlah nilai  $r_{hitung} >$  nilai  $r_{tabel}$ . Dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang diajukan dari keseluruhan variabel dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dan dengan menggunakan alat pengukur yang sama juga. Kriteria suatu penelitian dapat dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik koefisien reliabilitas ini ialah nilai reliabiliti harus lebih besar dari 0,7 atau  $(r_i) > 0,7$ . Uji reliabilitas dari instrumen penelitian dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 5%. Berikut disajikan nilai *Cronbach alpha* untuk kedua varibel penelitian.

**Tabel 4.4. Uji Reliabilitas Variabel X**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.779	10

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,779, maka dari itu nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,7. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel bebas (X) tersebut reliabel dengan *Cronbach Alpha* 0,779 > 0,70.

**Tabel 4.5. Uji Reliabilitas Variabel Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.793	10

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,793. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel terikat (Y) tersebut reliabel dengan 0,793 > 0,70.

## 5. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian data dengan tujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya, uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat grafik P-Plot. Adapun beberapa dasar pengambilan keputusan uji normalitas dengan menggunakan grafik P- plot :

1. Data bisa dikatakan berdistribusi normal, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya
2. Sebaliknya data dikatakann tidak berdistribusi normal, jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal atau grafik histogramnya.<sup>39</sup>

**Gambar 4.24. Hasil Uji Normalitas**

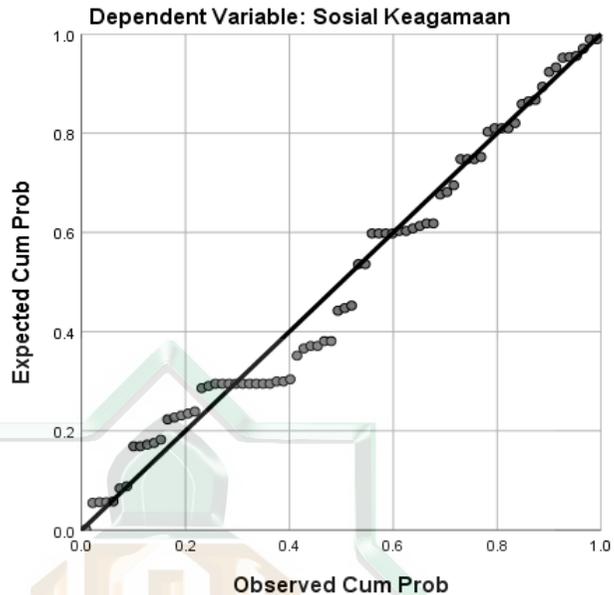
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

---

<sup>39</sup> Sahid Raharjo, Konsistensi, Dalam [http: // www.konsistensi.com/2014/uji-normalotas-grafik-histogram](http://www.konsistensi.com/2014/uji-normalotas-grafik-histogram), diakses pada tanggal 28 Maret 2022, Pukul 15.30.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan grafik P-plot di atas dapat terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas atau data berdistribusi normal.

b. Uji multikolonieritas

Multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Uji multikolonieritas dapat diketahui dengan adanya ketentuan bahwa tidak terjadi multi kolonieritass apabila nilai *tolerance* > 0,1 dan jika nilai VIF (*variance inflantion factor*)  $\geq$  10 maka terjadi multikolonieritas. Berikut tabel hasil uji multikolnieritas.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	15.846	2.684		5.904	.000		
Penggunaan Sosial Media	516	087	567	5.920	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Sosial Keagamaan

Dasar pengambilan Uji Multikolinearitas :

- Melihat nilai Tolerance : Jika nilai tolerance lebih besar dari  $>0,10$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.
- Melihat nilai VIF : Jika nilai VIF lebih kecil dari  $< 10,00$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

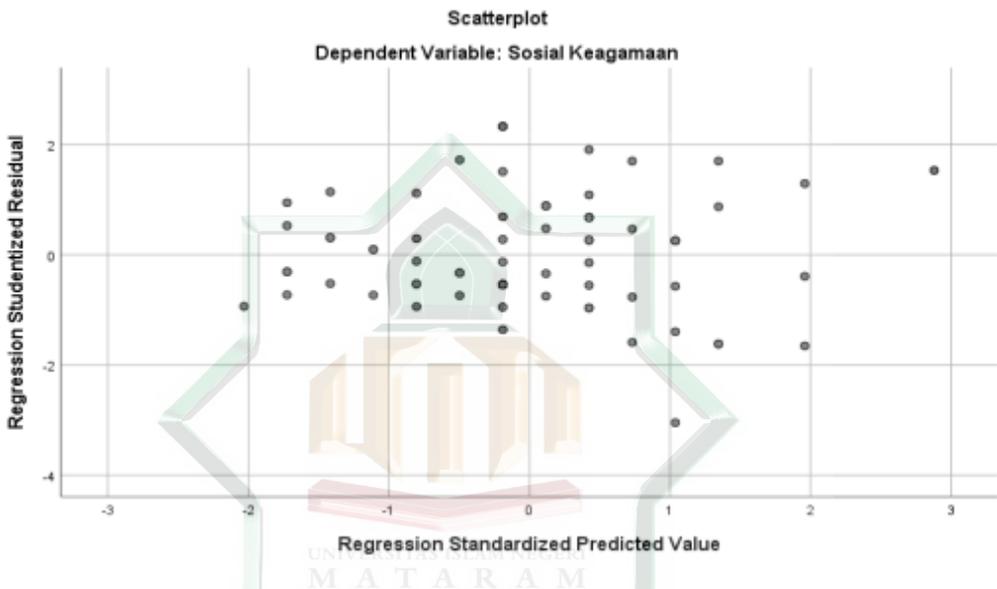
Berdasarkan hasil uji multikolonieritas pada tabel di atas diperoleh nilai *tolerance* variabel bebas yakni Media Sosial (X) sebesar 1,000 serta nilai VIF sebesar 1,000. Nilai tersebut mengimplementasikan bahwa tidak terjadinya multikolonieritas karena tolerance variabel bebas  $> 0,10$  dan nilai VIF variabel bebas  $< 10,00$ .

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroksiditas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot*. regresi yang tidak terjadi heteroksiditas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0. Titik-titik

tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, dan titik-titik data tidak berpola.<sup>40</sup>

**Tabel 4.7. Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Tabel di atas menunjukkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas karena tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar, dan menyempit) pada gambar *Scatterplot* serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

## 6. Uji Hipotesis

---

<sup>40</sup> J.Supranto, *Statistik Teori Dan Aplikasi*, ( Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009), hlm. 276.

a. Uji parsial (T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu Media Sosial berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Sosial Keagamaan tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebesar 5% atau 0,05.

**Kriteria pengujian**

1.  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai Sig  $> 0,05$
2.  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  nilai sig  $< 0,05$

**Tabel 4.8. Hasil Uji Parsial (T)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	15.846	2.684		5.904	0.000		
Penggunaan Sosial Media	0.516	0.087	0.567	5.920	0.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Sosial Keagamaan

Sebelum menyimpulkan hipotesis diterima atau ditolak, terlebih dahulu menentukan  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% rumus mencari  $t_{tabel}$  adalah :  $\alpha/2 : 76-2 = 0,05/2 : 74 = 1,99254$ . Dari penghitungan tersebut maka telah ditemukan hasil  $t_{tabel}$  yaitu 1,99254.

Jika dilihat dari tabel dan hasil penghitungan

di atas dapat disimpulkan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Media Sosial terhadap Sosial Keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram angkatan 2018. Berdasarkan hasil perhitungan maka  $t_{hitung}$  pada variabel bebas sebesar 5,920 berarti  $5,920 > 1,992$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima.

b. Uji F (Simultan)

Dalam penelitian ini Uji F digunakan untuk mengetahui bahwa Variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan pada uji F adalah jika nilai sig < 0,05 maka variabel independent (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

**Tabel 4.9. Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Regression	211.917	1	211.917	35.044	0.000 <sup>b</sup>	
Residual	447.490	74	6.047			
Total	659.408	75				

a. Dependent Variable: Sosial Keagamaan

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Sosial Media

Berdasarkan tabel di atas diperoleh  $f_{hitung}$  sebesar 35,044 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00. Sedangkan nilai  $df_1 = k-1$  jika dimasukkan angka  $df_1 = 2-1 = 1$  dan nilai  $df_2 = n-k$  variabel jika dimasukkan rumus menjadi  $df_2 = 76-2 = 74$ . Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,970.

Jadi dari hasil perolehan tersebut dapat diketahui bahwa  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel dengan angka  $35,044 > 3,970$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Hal ini menandakan variabel X mempengaruhi variabel Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa Media Sosial berpengaruh secara simultan terhadap Sosial Keagamaan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram Angkatan 2018.

c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji R<sup>2</sup> dilakukan untuk mengukur kontribusi dari keseluruhan variabel independent terhadap variabel dependen. Hasil Uji R<sup>2</sup> dalam penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah sebagai berikut :

**Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	0.567 <sup>a</sup>	0.321	0.312	2.459	1.844

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Sosial Media

b. Dependent Variable: Sosial Keagamaan

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh hasil koefisien determinasi pada tabel *r-square* sebesar 0,321 atau 32,1%. Artinya Variabel Media Sosial (X) mempengaruhi variabel Sosial Keagamaan (Y) sebesar 32,1% dan sisanya sebesar 67,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

7. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh suatu variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau variabel dependen<sup>41</sup>. Regresi linier sederhana dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

**Tabel 4.11. Uji Linier Sederhana**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta	t				
(Constant)	15.846	2.684		5.904	0.000			
Penggunaan Sosial Media	0.516	0.087	0.567	5.920	0.000	1.000	1.000	

a. Dependent Variable: Sosial Keagamaan

Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel *coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan sosial media (X) berpengaruh terhadap variabel Sosial Keagamaan (Y).

## Perpustakaan UIN Mataram

### C. Hasil Penelitian Kualitatif

Metode kualitatif digunakan dengan tujuan untuk memperoleh data kualitatif guna menguji, memperluas, dan memperdalam hasil penelitian kuantitatif. Tolak ukur pengumpulan data dengan metode kualitatif dalam penelitian ini yaitu data yang telah terkumpul sebelumnya menggunakan metode kuantitatif.

<sup>41</sup> Aida Fitayala, " *Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Gaya Hidup Konsumtif*", Universitas Islam Negeri Mataram 2019.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Ririn Juliani sebagai salah seorang mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram, menyatakan bahwa Media sosial sangat berpengaruh terhadap tindakan kita dalam bermasyarakat Seperti yang dipaparkannya dalam wawancara :

“Karena apa yang kita ketahui juga sebagian didapat dari media sosial, seperti politik maupun agama. Karena media sosial merupakan media dan disana kita dipertontonkan gambar maupun video yang tentu saja secara langsung maupun tidak langsung bisa mempengaruhi seseorang dalam banyak hal seperti contohnya tindakan kita dalam beragama.”<sup>42</sup>

Pernyataan tersebut sejalan dengan salah satu indikator tindakan sosial keagamaan yaitu tindakan rasional instrumental dimana dalam bertindak seseorang dipengaruhi oleh pertimbangan yang sadar dan dilatar belakangi oleh motivasi pengalaman dan hasil belajar sebelumnya. Dalam hal ini dipengaruhi oleh media sosial.

Hasil wawancar berikutnya dengan Lalu Panji Yuda Wastu Putra sebagai salah satu mahasiswa FUSA, berpedapat bahwa :

“saya setuju bha media sosial merupakan wadah bagi kita untuk bereskpresi dan berinteraksi entah melalui video, audio maupun tulisan. Sehingga menjadi tempat bagi kita untuk belajar banyak hal termasuk dalam kaitannya dengan menjalankan nilai ajaran Islam.”<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Hasil wawancara dengan Ririn Juliani, pada hari Jum’at 10 Juni 2022

<sup>43</sup> Hasil wawancara dengan Lalu Panji Yuda Wastu Putra , pada

Pendapat ini juga sejalan dengan apa yang dikatakan Isti Rufiana sebagai salah satu responden mahasiswa FUSA, bahwa media sosial juga mempengaruhi tindakan sosial keagamaan. Karena pernyataannya:

“Dari media sosial juga kita mendapat kebiasaan-kebiasaan baik seperti cara berperilaku baik dalam sehari-hari yang sesuai dengan tradisi dan nilai ajaran Islam.”<sup>44</sup>

Pendapat ketiga responden tersebut memperkuat hasil dari indikator penelitian kuantitatif pada variabel sosial keagamaan( Tindakan rasional nilai , tindakan rasional intrumental, tindakan afektif,dan tindakan tradisional) sebelumnya bahwa media sosial berpengaruh terhadap sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram. Dimana motivasi maupun pelajaran baik itu tentang politik, sosial ekonomi, maupun agama yang didapat melalui penggunaan media sosial berpengaruh terhadap tindakan sosial keagamaan. Hasil ini juga sejalan dengan Teori Webber tentang tindakan sosial yang berarti prilaku yang bermakna yang ditujukan kepada orang lain ataupun masyarakat. Yang dilatar belakangi oleh niat, motivasi dan makna prilaku.

#### D. Pembahasan

**“Pengaruh Sosial Media Terhadap Tindakan Sosial Keagamaan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram.”**

Menilik dari definisi secara bahasa kata media

---

hari Jum’at 10 Juni 2022

<sup>44</sup> Hasil wawancara dengan Isti Rufina, pada hari Jum’at 10 Juni 2022

berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang artinya tengah, perantara atau pengantar. Kata sosial berasal dari bahasa latin juga yaitu *socius* yang berarti segala sesuatu yang lahir, tumbuh, dan berkembang dalam kehidupan bersama.<sup>45</sup> Media Sosial di definisikan sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran informasi atau konten.<sup>46</sup> Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Menurut Kaplan dan Henlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblog (Twitter,), komunitas konten (Youtube), situs jaringan sosial (misalnya Facebook, Instagram) *virtual game* dan *virtual social*.<sup>47</sup> Dengan demikian media sosial merupakan adaptasi dari *TCP/IP* atau *world wide web (WWW)* yang memungkinkan individu untuk berbagi, mengomentari, dan membuat cerita. Kebebasan untuk mengomentari dan membuat berita membuat media sosial berbeda dengan media lainnya yang hanya mengizinkan seseorang untuk mengkonsumsi informasi maupun berita saja namun, tidak memiliki kebebasan untuk mengomentari secara langsung.

Secara umum karakteristik media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar pengguna. Sosial media

---

<sup>45</sup> Islamiyah, Usaha Utama Bersaudara Melalui Media Sosial, Dalam [http:// repository. dinamika ac.id](http://repository.dinamika.ac.id). diakses pada tanggal 24 April 2022, Pukul 13.32.

<sup>46</sup> Gusti Ngurah Aditya Lesmana, *Tesis : Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment* (Studi: PT. XL AXIATA), (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia) hal, 10.

<sup>47</sup> *Ibid*

dapat berubah oleh waktu dan juga dapat diatur ulang oleh pembuatnya, atau bisa diubah oleh komunitas dalam situs-situs tertentu.<sup>48</sup> Selain itu media sosial juga membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Sedahulu orang berkomunikasi hanya melalui sms dan telfon. Namun, dengan perkembangan media sosial belakangan ini sebagian besar orang berkomunikasi melalui chat atau berkirim pesan melalui internet.

Media sosial juga telah mengganti peranan media massa seperti Televisi dan Radio dalam menyebarkan informasi.<sup>49</sup> Hanya bermodalkan kuota internet atau Wifi saja seseorang dapat duduk manis menikmati dan mengkonsumsi berita yang beredar di media sosial.

Dalam penelitian ini sosial keagamaan didefinisikan sebagai tindakan yang berkaitan dengan tuntunan dan kebutuhan masyarakat lainnya. Tindakan sosial merupakan suatu tindakan individu yang memiliki arti atau makna subjektif bagi dirinya dan dikaitkan dengan orang lain.<sup>50</sup> Webber mengemukakan bahwa tindakan sosial tidak hanya tentang dimensi rasional tetapi juga menyangkut berbagai tindakan nonrasional yang dilakukan oleh seseorang. Tindakan sosial ini menyinggung berbagai konsep seperti motivasi, niat demikian juga dengan makna perilaku (behavior).<sup>51</sup> Jadi

---

<sup>48</sup> Nisa Khaeruni, "Dampak Positif Dan Negatif Media Sosial Terhadap Pendidikan Akhlak Anak", *Jurnal Edukasi*, Vol.2. No. 1, Januari 2016, hlm. 93.

<sup>49</sup> Anton Muhajir, "*Media Sosial: Masa Depan Media Komunitas?*",(Yogyakarta: Combine Resourch Institution), hlm. 20.

<sup>50</sup> Damsar, *Pengantar Teori Sosiologi*, ( Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 116.

<sup>51</sup> Muhammad Supraja, "Alfred Schutz: Rekonstruksi Teori Tindakan Max weber", *Jurnal pemikiran sosiologi*, Vol. 1. No. 2,

menurut pandangan webber bisa diartikan bahwa tindakan sosial adalah perilaku yang bermakna, yang tentu saja bukan hanya bermakna bagi diri sendiri melainkan bermakna pada orang lain.

Cakupan skala pernyataan sosial keagamaan dalam penelitian ini merujuk dari pengertian sosial keagamaan dan indikator tindakan sosial yaitu menjalankan nilai ajaran Islam, bijak dalam menanggapi berita, melakukan tindakan rasional instrumental (tindakan yang dilakukan berdasarkan pertimbangan atau pilihan) dan melakukan tindakan rasional nilai (tindakan secara sadar yang didasari atas nilai absolut). Keempat indikator tersebut menjadi acuan dalam menilai tinggi rendahnya kecenderungan perilaku sosial keagamaan.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan setiap daftar pernyataan yang diajukan dalam angket atau kuisioner dalam mendefinisikan variabel. Validitas didefinisikan sebagai acuan dalam mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya.<sup>52</sup> Suatu penelitian dapat dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dan penentuan nilai signifikansi dalam penelitian ini menggunakan 5% atau 0,05. Dari hasil perhitungan validitas di atas semua butir-butir pernyataan dinilai valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat keterandalan suatu instrumen melalui hasil pengukuran yang tetap konsisten dengan melakukan pengukuran dua kali atau lebih dalam gejala yang sama.<sup>53</sup> Kriteria suatu penelitian dapat dikatakan reliabel dengan

---

November 2012, Hlm. 82.

<sup>52</sup> Mowen Minor, *Prilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga 2002) hal. 43.

<sup>53</sup> Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kuantitatif Dan Kualitatif)*, (Jakarta: GP, Press, 2009), hlm.130.

menggunakan teknik koefisien reliabilitas ( $r_i$ ) > 0,7. Uji reliabilitas dari instrumen penelitian dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 5%. Dari perhitungan Uji reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,779. Maka dari itu nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,7. Jadi dapat dikatakan data yang diperoleh pada penelitian ini reliabel.

Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya dalam uji validasi, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan regresi linier sederhana menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari media sosial (X) terhadap sosial keagamaan (Y). Berdasarkan Uji T (parsial) terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari alpha 5% (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel media sosial (X) berpengaruh terhadap variabel sosial keagamaan (Y) Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram Angkatan 2018. Serta berdasarkan hasil uji T parsial yang telah dilakukan, maka  $t_{hitung}$  (5,904) >  $t_{tabel}$  (1,992) ini artinya  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap tindakan sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram. Dengan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 32,1%. Yang artinya variabel media sosial (X) mempengaruhi variabel sosial keagamaan (Y) sebesar 32,1% dan sisanya sebesar 67,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Hasil dari perhitungan kuantitatif sejalan dengan ini sejalan dengan hasil wawancara dengan responden pada penelitian kualitatif yang berkaitan dengan teori tindakan sosial oleh webber yang mencakup tentang motivasi, niat, dan makna perilaku yang berkaitan dengan berbagai aspek seperti politik, agama, sosial dan ekonomi yang menurutnya mempengaruhi tindakan

sosial.<sup>54</sup> Dimana dalam penelitian ini mengkaji tentang pemanfaatan teknologi informasi seperti konsumsi berita maupun pengetahuan yang berkenaan dengan sosial politik maupun keagamaan berpengaruh terhadap tindakan sosial keagamaan. Karena menurut Max Weber tindakan sosial itu adalah perilaku yang bermakna yang ditujukan kepada orang lain atau masyarakat. yang dilatar belakangi oleh niat, motivasi dan makna perilaku.

Penelitian ini sejalan dengan Hasil penelitian sebelumnya oleh Muhammad Robi'in dalam skripsinya yang berjudul "Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI di MAN 2 Lombok Tengah" bahwa penggunaan media sosial dengan bijak akan berdampak positif bagi siswa dan juga media sosial mempermudah komunikasi antar siswa yang menjadi wadah untuk tetap menjalin silaturahmi.<sup>55</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara efektif seperti mengkaji tentang agama dan menelaah tentang ilmu pengetahuan dapat bernilai positif bagi sosial keagamaan mahasiswa. Dengan demikian media sosial bukan hanya tempat memposting hal yang dinilai membuang-buang waktu saja, melainkan juga tempat berbagi ilmu berita dan pengetahuan agama. Hal ini dapat bernilai positif bagi mahasiswa yang dikemudian hari menjadi tokoh penerus dalam masyarakat.

---

<sup>54</sup> Damsar, *Pengantar Teori Sosiologi*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 116.

<sup>55</sup> Muhammad Robi'in, *"Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Lombok Tengah Tahun Pelajaran 2019/2020"*, Universitas Islam Negeri Mataram 2019.



**Perpustakaan UIN Mataram**



**Perpustakaan UIN Mataram**

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji linier sederhana melalui uji t menunjukkan bahwa variabel media sosial (X) berpengaruh terhadap variabel sosial keagamaan (Y) dengan  $(5,904) > t_{\text{tabel}} (1,992)$  yang artinya  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap tindakan sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram angkatan 2018. Dengan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 32,1%. Yang artinya variabel media sosial (X) mempengaruhi variabel sosial keagamaan (Y) sebesar 32,1% dan sisanya sebesar 67,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara efektif oleh mahasiswa dapat berpengaruh signifikan terhadap sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram.

#### B. Saran

Meskipun peneliti telah menyusun penelitian dengan sebaik-baiknya namun, tetap saja pasti ada kesalahan dan kekurangan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil dan proses penelitian, maka saran yang diberikan peneliti sebagai berikut :

1. Diharapkan bagi seluruh mahasiswa FUSA untuk tetap meningkatkan kualitas diri melalui pengetahuan agama agar tidak mudah percaya akan berita hoax yang tidak jelas asalnya.
2. Diharapkan untuk seluruh Mahasiswa FUSA untuk

menyadari bahwa memahami dan memanfaatkan media sosial itu juga baik bagi keberlangsungan aktifitas perkuliahan.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang isu yang sama dengan peneliti, disarankan untuk menambah variabel dependent yang dapat mempengaruhi sosial keagamaan mahasiswa FUSA. Dengan demikian, hasil yang didapat nantinya dapat memperkuat penelitian yang ada.



Perpustakaan UIN Mataram



**Perpustakaan UIN Mataram**

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf, "*Metodologi Penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan gabungan*", Jakarta: Prenamedia Group, 2014), hal. 150.
- Abdul Hamid, *Ilmu Akhlak* (Bandung: Pustaka Cipta, 2009), Hlm. 26.
- Ahmad Usman, *Mari Belajar Meneliti*, (Yogyakarta: Genta Press, 2008), hlm 254.
- Ahmad Yani, "Manajemen Strategik Perguruan Tinggi Islam (Studi Transformasi IAIN Menjadi UIN Mataram)", (*Tesis, Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Mataram*, 2018), hlm. 60.
- Aida Fitayala, "*Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Gaya Hidup Konsumtif*", Universitas Islam Negeri Mataram 2019.
- Aida Fitayala, "*Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Gaya Hidup Konsumtif*", Universitas Islam Negeri Mataram 2019.
- Burhan Bungin, "*Sosiologi Komunikasi*", (Jakarta: KENCANA, 2006), hlm. 25-26.
- Conney Stephanie, "*Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial*", dalam <https://amp.kompas.com/tekno/read/2021/02.24/>, diakses tanggal 11 Desember 2021, pukul 03.26.
- Conney Stephanie, "*Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial*", dalam <https://amp.kompas.com/tekno/read/2021/02.24/>, diakses tanggal 15 Desember 2021, pukul 19.30.
- Damsar, *Pengantar Teori Sosiologi*, ( Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 116-120.

Damsar, *Pengantar Teori Sosiologi*, ( Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 116.

*Dokumentasi*, Naskah Akademik Penataan Unit Organisasi Dari IAIN Menuju UIN Mataram.

Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), hlm. 172.

Eli Miswati, "Pengaruh Pengelolaan Penarikan Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah Perspektif Ekonomi Islam", (*Skripsi*, Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negara Raden Intan Lampung, 2016)

Eli Miswati, "Pengaruh Pengelolaan Penarikan Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah Perspektif Ekonomi Islam", (*Skripsi*, Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negara Raden Intan Lampung, 2016)

Gusti Ngurah Aditya Lesmana, *Tesis : Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment* (Studi: PT. XL AXIATA), (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia) hal, 10.

Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kuantitatif Dan Kualitatif)*, (Jakarta: GP, Press, 2009), hlm.130.

J.Supranto, *Statistik Teori Dan Aplikasi*, ( Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009), hlm. 276.

Kominfo, "*Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang*", dalam <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/345/kominfo>, diakses tanggal 11 Desember 2021 , pukul 03.15.

Milad Insani Ahsanu Sholihat,"*Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Prilaku Sosial Remaja Di Desa Pengadang*

*Dusun Pengadand Utara Kabupaten Lombok Tengah*,  
Universitas Muhammadiyah Mataram 2019

Mowen Minor, *Prilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga 2002) hal. 43.

Muhammad Arief Rialdy, "Analisis Pengaruh Disposable Income Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Menabung Ibu-ibu Majelis Taklim Al-Hidayah Di Perbankan Syariah", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018) hlm. 42.

Muhammad Robiin, "*Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Lombok Tengah Tahun Pelajaran 2019/2020*", Universitas Islam negeri mataram 2019.

Muhammad Robiin, "*Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Lombok Tengah Tahun Pelajaran 2019/2020*", Universitas Islam negeri mataram 2019.

Muhammad Robiinn, " Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa Kelas XI MAN 2 Lombok Tengah Tahun Pelajaran 2019/2020", Universitas Islam Negeri Mataram

Nisa Khaeruni, "Dampak Positif Dan Negatif Media Sosial Terhadap Pendidikan Akhlak Anak", *Jurnal Ed ukasi*, Vol.2. No. 1, Januari 2016, hlm. 93.

Nisa Khaeruni,"Dampak Positif Dan Negatif Media Sosial Terhadap Pendidikan Ahlak Anak", *Jurnal Edukasi*, Vol.2. No. 1, Januari 2016, Hlm. 93-95.

Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif", *EQUILIBRIUM*, Vol. 5, No. 9, Januari-Juni 2009, hlm. 7.

Sahid      Raharjo,      Konsistensi,      Dalam      http:      //  
[www.konsistensi.com/2014/uji-normalotas-grafik-](http://www.konsistensi.com/2014/uji-normalotas-grafik-)

histogram, diakses pada tanggal 28 Maret 2022, Pukul 15.30.

Siti Sumayani, *"Pengaruh Penggunaan Media Sosial (Instagram) Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko depiRTN, Kota Mataram"*, Universitas Islam Negeri Mataram 2020.

Sofyan Siregar, *"Statistika Deskriptif Untuk Penelitian"*, ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 162

Staf bagian Akademik, *Wawancara*, Akademik FUSA, 22 Februari 2022.

Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 234.

Sugiono, *metodelogi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* ( Bandung: Alfabeta, 2018) hal 142.

Sugiono, *Moetode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta 2015), hlm. 119.

Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabet, 2015), hal. 132.

Tarra Septian, *"Survei Pelaksanaan Standar Komppetensi Pelajaran Seni Musik Kelas VII SMP Dalam Mengekspresikan Diri Melalui Karya Seni Musik Daerah Setempat Di Wilayah Kabupaten Gunung Kidul"*, (*Skripsi Jurusan Seni Musik, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018*).

Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi UIN Mataram Tahun 2020*, (Mataram: UIN Mataram, 2020), hal. 34

Yudho Bawono, *"Fenomena Paradoksal Dalam Ruang Soial"* (Paper presented at Seminar Nasional Psikologi Sosial Dan Budaya, Madura 2015), hlm. 2.

Zulkifli Matondang, "Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian ", *Jurnal Tabularasa PPS Unimed*, Vol.6, Nomor 1, Juni 2009, hlm. 87-97.



**Perpustakaan UIN Mataram**



**LAMPIRAN**

**Perpustakaan UIN Mataram**

## Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

### PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP SOSIAL KEAGAMAAN MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM

Saya Baehaki mahasiswa Jurusan Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Mataram semester akhir, saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir kuliah (skripsi). Saya membutuhkan bantuan teman-teman untuk menjadi responden dalam penelitian ini, dengan cara mengisi angket yang disebarakan ini. Jawaban teman-taman tidak dilihat dari benar atau salah dan kerahasiaan jawaban akan terjamin. Sebelumnya saya berterimakasih atas kesediaan teman-teman meluangkan waktu untuk mengisi angket ini.

Pengisian kuisisioner ini ditujukan untuk kepentingan penelitian dan untuk keperluan akademis. Oleh sebab itu penelitian ini menjamin kerasiaaan responden.

#### **Petunjuk pengisian kuisisioner:**

- Isilah identitas anda terlebih dahulu
- Bacalah secara teliti setiap pernyataan yang disediakan, kemudian jawablah semua pernyataan yang tersedia dalam kuisisioner ini yang menggambarkan diri anda.
- Berilah tanda (X) pada jawaban yang anda pilih

**Nomor Kuisisioner** :

**Identitas Responden** :

1. Nama :

2. Jurusan :

3. Kelas :

### Pertanyaan Variabel X

Pernyataan berikut mewakili pertanyaan variabel penggunaan media sosial pada mahasiswa UIN mataram angkatan 2018.

#### Petunjuk :

Isilah setiap baris pada pilihan kolom yang tersedia dengan memberikan tanda (X) dengan pilihan sebagai berikut :

SS (Sangat Setuju) = 4

S (Setuju) = 3

TS (Tidak Setuju) = 2

STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

	Pernyataan	Jawaban			
	<b>Variabel Media Sosial</b>	S SS	S S	T TS	S STS
	<b>Mendapatkan Informasi</b>				
1	Saya menggunakan media sosial untuk mendapatkan berbagai informasi, peristiwa atau kondisi yang terjadi di dunia maya.				

2	Saya sering mendapatkan informasi menyangkut masalah atau kehidupan sosial keagamaan.				
	<b>Interaksi Sosial</b>				
4 3 3	Saya membutuhkan sosial media untuk berinteraksi dengan kerabat di media sosial.				
4	Saya membutuhkan media sosial untuk berkomunikasi dengan dosen maupun teman sekelas di kampus.				
	<b>Eksistensi Diri</b>				
5	Saya ingin membentuk identitas diri melalui unggahan tentang diri saya di media sosial.				
6	Saya berharap keberadaan saya diakui melalui unggahan di media sosial.				

	<b>Menyebarkan Pengetahuan dan Kebaikan</b>				
7	Saya selalu menyampaikan pengetahuan keagamaan yang saya ketahui melalui media sosial				
8	Saya berharap pengetahuan yang saya sampaikan di media sosial berguna bagi seluruh elemen masyarakat.				
	<b>Komunitas</b>				
9 9 9	Saya bergabung dengan komunitas yang membahas tentang isu sosial di dunia maya .				
10	Saya bergabung dengan komunitas membahas tentang isu keagamaan di media sosial.				

	<b>VARIABEL SOSIAL KEAGAMAAN</b>				
	<b>Tindakan Rasional Instrumental</b>				
1	Sosial Media banyak mempengaruhi tindakan saya terkait sosial keagamaan				
2	Penggunaan media sosial banyak mengubah pandangan saya tentang nilai sosial keagamaan				
3	Informasi yang saya dapat dari penggunaan media sosial menjadi pertimbangan saya dalam bertindak				
	<b>Tindakan Rasional Nilai</b>				
4	Saya sering menonton kajian tentang bagaimana menjalankan nilai ajaran islam yang sesuai syariat melalui Media Sosial				
5	Tontonan ceramah tentang pentingnya menjaga diri dari sesuatu yang haram di media sosial juga sering mempengaruhi tindakan saya				
6	Saya bertindak baik didalam masyarakat karena nilai				

	keagamaan yang saya dapat dari penggunaan media sosial				
	<b>Menjalankan Nilai Nilai Ajaran Islam</b>				
7	Saya selalu menggunakan media sosial untuk menggali tentang ajaran islam				
8	Saya sering menonton ceramah kajian islam melalui media sosial				
9	Saya mengimplementasikan ajaran kebaikan tentang sosial keagamaan yang saya dapatkan melalui media sosial				
10	Pengetahuan yang saya dapatkan di media sosial mempengaruhi tindakan sosial keagamaan saya dalam menjunjung tinggi nilai ajaran Islam				

### Lampiran 2 Hasil Koding Data Angket Penelitian

Penggunaan Media Sosial (X)										Sosial Keagamaan (Y)													
										X	T											Y	T
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1	0	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	1	0	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	3	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	3	3	
3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	
4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	









										0										0	
										2											2
4	3	3	3	2	1	2	3	3	2	6	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	8
										3											3
3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	0	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	0



**Perpustakaan UIN Mataram**

### Lampiran 3 Deskripsi Responden

Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Kelas
Camilla Diana	Perempuan	Sosiologi Agama	A
BAIQ ANISA DIANTARI	Perempuan	Sosiologi Agama	A
Zaeton insani	Perempuan	Sosiologi Agama	A
Lalu Panji Yudha Wastu Putra	Laki-laki	Sosiologi Agama	A
Yuliani	Perempuan	Sosiologi Agama	A
Baiq Via Azizah	Perempuan	Sosiologi Agama	A
Bachtiar	Laki-laki	Sosiologi Agama	B
Imran Haqiqi	Laki-laki	Sosiologi Agama	A
Nurul Hikmah	Perempuan	Sosiologi Agama	A
Zainul Ashri	Laki-laki	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir	A
Hafizin	Laki-laki	Sosiologi Agama	B
Luluk Hardiyanti	Perempuan	Sosiologi Agama	A
Ahmad Ruba'i	Laki-laki	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir	A
Rifki Suhendra	Laki-laki	Sosiologi Agama	A
Wendy Nurdiansyah Putra	Laki-laki	Sosiologi Agama	B
NUR HAZLINA	Perempuan	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir	C
Ira Sinta Murni	Perempuan	Pemikiran Politik Islam	B
Muhammad Amrinhadi		Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir	F
Firmansyah	Laki-laki	Pemikiran Politik Islam	B
Hairurrrayan	Perempuan	Pemikiran Politik Islam	B
Waisul karani	Laki-laki	Pemikiran Politik Islam	B
Lalu Zakaria Efendi	Laki-laki	Pemikiran Politik Islam	B
sabilul mutadin	Laki-laki	Pemikiran Politik Islam	B
Elisatun Azmi	Perempuan	Pemikiran Politik Islam	B
Wira arya bakti	Laki-laki	Sosiologi Agama	C
Rendi saputra	Laki-laki	Sosiologi Agama	C
Nur Aliza Fitria	Perempuan	Pemikiran Politik Islam	A

Chairunnisa	Perempuan	Sosiologi Agama	C
Dian Apriyana	Perempuan	Sosiologi Agama	A
Ida Lindawati	Perempuan	Sosiologi Agama	C
Ega Yuli Mawarni	Perempuan	Sosiologi Agama	C
Alfaen	Laki-laki	Sosiologi Agama	A
AULIA ISWARATAMA	Perempuan	Sosiologi Agama	A
		Pemikiran Politik	
Salmi hatta	Laki-laki	Islam	C
Nur wahyuni Syafitri	Perempuan	Sosiologi Agama	A
		Pemikiran Politik	
Lalu Restu Prana Aji	Laki-laki	Islam	C
		Pemikiran Politik	
Redi Anggrian Pratama	Laki-laki	Islam	B
		Pemikiran Politik	
Hafifah	Perempuan	Islam	A
		Ilmu Al-Qur'an dan	
Filza Rohmatillah	Perempuan	Tafsir	A
		Pemikiran Politik	
Mujihat Sya'ban	Laki-laki	Islam	A
		Ilmu Al-Qur'an dan	
Fathul karim	Laki-laki	Tafsir	C
		Ilmu Al-Qur'an dan	
Muhammad Wahyu lutfi	Laki-laki	Tafsir	A
		Ilmu Al-Qur'an dan	
Hesti Annisa Toyibah	Perempuan	Tafsir	A
		Ilmu Al-Qur'an dan	
Zia Tohri	Laki-laki	Tafsir	B
Urpiani	Perempuan	Sosiologi Agama	B
		Ilmu Al-Qur'an dan	
Andi Riski	Laki-laki	Tafsir	D
Ririn juliani	Perempuan	Sosiologi Agama	D
		Ilmu Al-Qur'an dan	
Muhammad Labibuddin	Laki-laki	Tafsir	C
		Ilmu Al-Qur'an dan	
Zainul Ashri	Laki-laki	Tafsir	A
		Ilmu Al-Qur'an dan	
Imam Ali Rosidi	Laki-laki	Tafsir	D
Ajizatun Niswati	Perempuan	Sosiologi Agama	D
M.Heri febriadi	Laki-laki	Sosiologi Agama	B
		Pemikiran Politik	
Muhammad Wahidin Fajri	Laki-laki	Islam	A
Helmalia Sholihat	Perempuan	Ilmu Al-Qur'an dan	A

Deva Rizki Febriani	Perempuan	Tafsir Pemikiran Politik Islam	A
M fajrul izzati	Laki-laki	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir	C
Rifal Maulana	Laki-laki	Sosiologi Agama Ilmu Al-Qur'an dan	C
Siti Rahmatullaili	Perempuan	Tafsir Ilmu Al-Qur'an dan	B
Haerudin Zuhri	Laki-laki	Tafsir	C
Widi Kurniawati	Perempuan	Sosiologi Agama Ilmu Al-Qur'an dan	D
Ayatullah Hulaipi	Laki-laki	Tafsir Ilmu Al-Qur'an dan	C
Pita Maryati	Perempuan	Tafsir	A
St. Murni	Perempuan	Sosiologi Agama	A
Ahmad Halimi	Laki-laki	Sosiologi Agama	A
Maria Ulfa	Perempuan	Sosiologi Agama	A
Riski Safitri Putri	Perempuan	Sosiologi Agama	B
Muhammad Azmul Fauzul	Laki-laki	Sosiologi Agama Ilmu Al-Qur'an dan	C
Ahmad Habiburrahman Al Aziz	Laki-laki	Tafsir	B
Hizbullah Hadi	Laki-laki	Sosiologi Agama	A
Pahad Busyairi	Laki-laki	Sosiologi Agama	A
Feri Irawan	Laki-laki	Sosiologi Agama	A
Aginda safitri	Perempuan	Sosiologi Agama	D
Febrian Zainturi	Laki-laki	Sosiologi Agama	C
Afwanul khair	Laki-laki	Sosiologi Agama	C
Aziz Muslim	Laki-laki	Sosiologi Agama	C
Yuli Astuti	Perempuan	Sosiologi Agama	C
Rifal Maulana	Laki-laki	Sosiologi Agama	C

## Lampiran 4 Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas

### CORRELATIONS

/VARIABLES=X01 X02 X03 X04 X05 X06 X07 X08 X09 X10

Total

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

### Correlations

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	otal
01		344 **	392 **	311 **	267 *	155	174	230 *	242 *	153	549 **
		002	000	006	020	183	133	045	035	186	000
	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
02	344 **		379 **	299 **	211	191	025	200	211	145	496 **
	002		001	009	067	098	830	083	067	210	000
	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
03	392 **	379 **		626 **	327 **	186	121	376 **	275 *	272 *	673 **
	000	001		000	004	109	299	001	016	017	000
	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
04	311	299	626		334	201	160	116	183	134	587

	**	**	**		**						**
	006	009	000		003	081	168	317	114	248	000
	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
05	267 *	211	327 **	334 **		751 **	272 *	.04 5	275 *	233 *	670 **
	020	067	004	003		000	017	701	016	043	000
	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
06	155	191	186	201	751 **		422 **	033	166	253 *	620 **
	183	098	109	081	000		000	779	153	027	000
	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
07	174	025	121	160	272 *	422 **		150	091	453 **	504 **
	133	830	299	168	017	000		197	434	000	000
	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
08	230 *	200	376 **	116	.04 5	033	150		283 *	415 **	439 **
	045	083	001	317	701	779	197		013	000	000
	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
09	242	211	275	183	275	166	091	283		653	581



Pearson Correlation	F.	1										
		536**	510**	344**	410**	202	010	079	196	384**	608**	
sig. (2-tailed)	S.	000	000	002	000	081	930	497	090	001	000	
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
Pearson Correlation	F.		1									
		419**	510**	317**	422	202	218	260*	028	405**	615**	
sig. (2-tailed)	S.	000	000	005	000	080	058	023	809	000	000	
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
Pearson Correlation	F.			1								
		207	344**	317**	818**	644**	028	037	193	252*	640**	
sig. (2-tailed)	S.	073	002	005	000	000	809	750	095	028	000	
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
Pearson Correlation	F.				1							
		195	410**	421**	818**	508**	053	137	153	257*	659**	
sig. (2-tailed)	S.	091	000	000	000	000	652	237	186	025	000	



sig. (2-tailed)	.061	.090	.809	.095	.186	.000	.466	.060		.002	.000
	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776
Pearson Correlation	.466**	.384**	.405**	.252*	.257*	.299**	.170	.322**	.344**		.658**
sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.028	.025	.009	.141	.005	.002		.000
	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776
Pearson Correlation	.674**	.608**	.615**	.640**	.659**	.619**	.447**	.529**	.489**		.658**
sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776	.776

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).\*\*

Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).\*

### Reliability

#### Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	10

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	10

### Lampiran 5 Hasil Output Spss Uji Asumsi Klasik, Hipotesis, dan Regresi Linier Sederhana

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Sosial Keagamaan	3.164	2.965	76
Penggunaan Sosial Media	3.062	3.258	76

#### Correlations

		Sosial Keagamaan	Penggunaan Sosial Media
Pearson Correlation	Sosial Keagamaan	1.000	.567
	Penggunaan Sosial Media	.567	1.000
	Sig. (1-tailed)		
Sig. (1-tailed)	Sosial Keagamaan	.	.000
	Penggunaan Sosial Media	.000	.
	N		
N	Sosial Keagamaan	76	76
	Penggunaan Sosial Media	76	76

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penggunaan Sosial Media <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Sosial Keagamaan

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.567 <sup>a</sup>	.321	.312	2.459	1.844

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Sosial Media

b. Dependent Variable: Sosial Keagamaan

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions (Penggunaan Sosial Media)
1	1	1	1.994	1.000	.000	.00
	2	2	.006	18.975	1.000	1.00

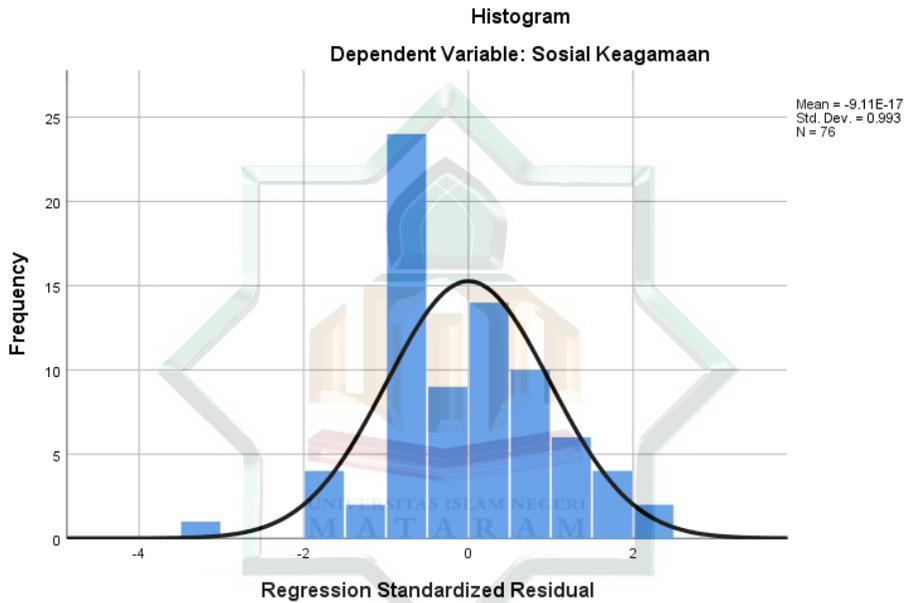
a. Dependent Variable: Sosial Keagamaan

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

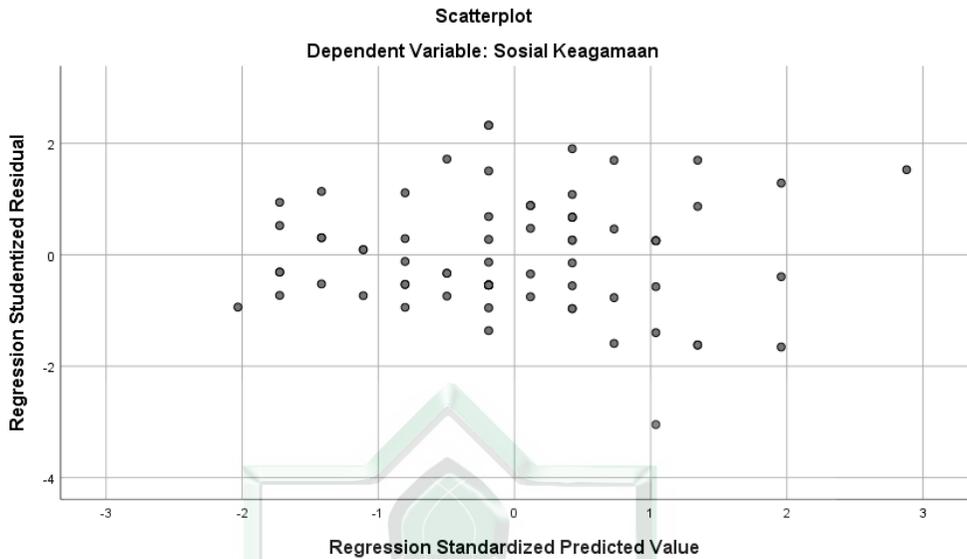
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.823	3.649	3.164	1.681	76
Std. Predicted Value	-.2032	.880	.000	1.000	76
Standard Error of Predicted Value	.284	.865	.382	.117	76
Adjusted Predicted Value	2.839	3.599	3.164	1.669	76
Residual	-.7390	.674	.000	2.443	76
Std. Residual	-.3005	.207	.000	.993	76
Stud. Residual	-.3047	.2323	.000	1.008	76
Deleted Residual	-.7599	.753	.001	2.515	76

Residual	Stud.	Deleted	-	2	.	1.024	7
			3.236	.397	001		6
	Mahal. Distance		.	8	.	1.397	7
			014	.293	987		6
	Cook's Distance		.	.	.	.028	7
			000	165	015		6
	Centered		.	.	.	.019	7
	Leverage Value		000	111	013		6

a. Dependent Variable: Sosial Keagamaan



Perpustakaan UIN Mataram



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	5.846		1.684	.094		
Penggunaan Sosial Media	.516	.087	1.567	.092	.000	.000

a. Dependent Variable: Sosial Keagamaan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	211.917	1	211.917	5.044	.000 <sup>b</sup>
Residual	447.490	74	6.047		
Total	659.408	75			

a. Dependent Variable: Sosial Keagamaan

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Sosial Media

### Model Summary<sup>b</sup>

odel	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.567 <sup>a</sup>	.321	2.459	1.844

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Sosial Media

b. Dependent Variable: Sosial Keagamaan

### Lampiran 6 Wawancara Dengan Staf Akademik FUSA



## Lampiran 7 Foto Responden



Perpustakaan **UIN Mataram**

## Lampiran 8 Hasil Cek Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
UPT PERPUSTAKAAN

Jl. Pendidikan No. 35 Tlp. (0370) 621298-625337-634490 Fax. (0370) 625337

---

### SURAT KETERANGAN

No. :1265/ Un.12/Perpustakaan/05/2022

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Baehaki  
Nim : 180602018  
Jurusan : Sosiologi Agama,  
Fakultas : FUSA

Telah melakukan pengecekan tingkat similarity dengan menggunakan software Turnitin plagiarism checker. Hasil pengecekan menunjukkan tingkat similarit 14 % Skripsi yang bersangkutan dinyatakan layak untuk **diuji**.

Demikian surat keterangan untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Mataram, 24 Mei 2022

Kepala UPT Perpustakaan

Perpustakaan Mataram



Muraeni, S.IPI

NIP. 197706182005012003



## Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Baehaki 180602018  
Assignment title: Sosiologi Agama  
Submission title: Skripsi Baehaki180602018  
File name: Baehaki\_180602018.docx  
File size: 525.66K  
Page count: 77  
Word count: 11,681  
Character count: 74,954  
Submission date: 23-May-2022 02:01PM (UTC+0800)  
Submission ID: 1842270301



# Skripsi Baehaki180602018

## ORIGINALITY REPORT

<b>14%</b>	<b>15%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>etheses.uinmataram.ac.id</b>	<b>13%</b>
	Internet Source	
<b>2</b>	<b>Submitted to Sriwijaya University</b>	<b>2%</b>
	Student Paper	

Exclude quotes  On  Exclude matches  < 2%  
Exclude bibliography  On

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

## Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Pinjam



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
UPT PUSAT PERPUSTAKAAN**

Jl. Pendidikan No. 35 Tlp. (0370) 621298-625337-634490 Fax. (0370) 625337  
Mataram – Nusa Tenggara Barat

**SURAT KETERANGAN BEBAS PINJAM  
NO. 627/M.03.02/2022**

Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram menerangkan bahwa :

NAMA : BAEHAKI  
NIM : 180602018  
FAK/JUR : FUSA/SA

Mahasiswa/Mahasiswi yang tersebut namanya di atas ketika surat ini dikeluarkan, sudah tidak mempunyai pinjaman, hutang denda ataupun masalah lainnya di Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. Surat keterangan ini diberikan untuk keperluan daftar ujian skripsi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Mataram, 24 Mei 2022  
An. Kepala Perpustakaan,



SUAEB, S. Adm.  
NIP.196812312003121004

Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti diberi nama Baehaki. Dilahirkan di Marong, pada tanggal 14 April 1999, merupakan anak keempat dari 4 bersaudara dari pasangan bapak H. Masyhur dan Ibu Baiq Nihayah.

Riwayat Pendidikan :

1. SDN 15 Cakranegara, Lulus dan berijazah pada tahun 2012
2. SMPN 4 Mataram, Lulus dan berijazah pada tahun 2015
3. MAN 2 Mataram, Lulus dan berijazah pada tahun 2018
4. Masuk UIN Mataram Pada tahun 2018 hingga sekarang pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Jurusan Sosiologi Agama.



Perpustakaan UIN Mataram