

Peran Media Sosial Dalam Membentuk Akhlakuk Karimah Remaja

Erwan Efendi¹, T.M. Rafdiansyah²

^{1,2} Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan
Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

busmania953@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the role of social media in building adolescent akhlakul karimah. This is considering that teenagers in Indonesia have experienced a decline in terms of akhlakul karimah. With the decline in the morals of these teenagers, the community becomes uncomfortable with the behavior of these teenagers. The method in this study used qualitative data collection techniques using interview and observation techniques. The results of this study are that the role of social media in shaping adolescent akhlakul karimah is very important in order to create community comfort. With information about akhlakul karimah posted on social media it is able to create a harmonious life between communities and prevent misunderstandings from occurring that cause commotion in the environment.

Keywords: social media, noble character, youth

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media sosial dalam membangun akhlakul karimah remaja. Hal ini mengingat bahwa remaja di Indonesia mengalami penurunan dalam hal akhlakul karimah. Dengan menurunnya akhlak para remaja tersebut menjadikan masyarakat menjadi tidak nyaman terhadap perilaku para remaja tersebut. Metode pada penelitian ini menggunakan kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi. Hasil pada penelitian ini adalah peran media sosial dalam membentuk akhlakuk karimah remaja sangat penting guna untuk menciptakan kenyamanan masyarakat. Dengan adanya informasi mengenai akhlakul karimah yang dimuat di media sosial mampu menciptakan kehidupan yang harmonis antar masyarakat dan mencegah terjadinya kesalahpahaman hingga menyebabkan keributan di lingkungan.

Kata Kunci: media social, akhlak mulia, remaja

PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan media yang tanpa batas dan tidak dapat dibendung merupakan suatu hal yang memberikan dampak terhadap penggunanya, baik dari sisi negatif maupun sisi positif. Oleh karena itu penting untuk media memberikan informasi yang akurat dan menghindari berita bohong atau *hoax* yang berdampak buruk pada pemahaman dan tindakan pengguna. Kemudahan yang diberikan media tanpa batas ruang sehingga pengguna dapat mengakses pengetahuan dengan mudah dan cepat. Kemudahan dan kebebasan tanpa batas memberikan dampak baik dan buruk bagi pengguna media, jika tanpa adanya control diri seperti menonton konten terlarang, budaya beli dan budaya berjoget yang semakin membooming hingga saat ini.

Budaya yang diciptakan media dan diterima tanpa ada control diri dari masyarakat sehingga kebudayaan luhur yang sarat makna bergeser dengan budaya bebas, kemudahan yang disuguhkan media untuk kepuasan konsumsi publik. Sebagai Negara Indonesia yang bersuku, berbudaya, dan beradat hal ini merupakan suatu persoalan yang harus diperhatikan terutama bagi generasi bangsa untuk terus melestarikan budaya agar kita sebagai Negara Republik Indonesia tidak kehilangan jati diri dan tetap mematuhi nilai-nilai dan norma yang berlaku dimasyarakat.

Remaja yang menjadi agen perubahan eratkaitannya dengan media yang banyak digunakan untuk kebutuhan pendidikan, sosial, dan komsumsi, sebagai media telekomunikasi dengan sahabat dan sanak saudara namun hal ini memberikan perubahan pada sikap penggunaanya yang menjadi lebih individualis, yang jauh menjadi dekat dan orang berada di samping kita menjad orang jauh perubahan sikap dan tanggapan remaja tentang lingkungan sekitarnya menjadi fokus penelitian peneliti yaitu bagaimana peran media dalam membentuk akhlakul karimah pada remaja.

TINJAUAN LITERATUR

Teori *Uses and Gratifications*¹

Teori kegunaan dan gratifikasi adalah konsep abstrak yang mengungkapkan hubungan antar konsep yang berkontribusi pada pemahaman kita tentang fenomena penelitian. Teori demikian kerangka konseptual untuk mengatur pengetahuan dan memberikan cetak biru untuk tindakan. Tiga hal yang perlu diperhatikan tentang teori:

1. Teori adalah pernyataan yang terdiri dari komponen-komponen yang didefinisikan secara luas sesuai dengan hubungan elemen-elemen di dalam pernyataan itu.
2. Teori menjelaskan hubungan antar variabel sehingga pertimbangan sistematis dari fenomena yang dijelaskan oleh variabel menjadi jelas.
3. Teori menjelaskan fenomena dengan menentukan variabel yang relevan.

Beberapa penelitian telah mengeksplorasi teori penggunaan dan kepuasan masa lalu. Diimplementasikan oleh: Hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel independen yang diteliti meliputi karakteristik responden dan intensitas akses internet. Jurnal ini menekankan bahwa semakin sering Anda menggunakan Internet, semakin banyak kepuasan, pengetahuan, dan manfaat yang akan Anda temui.

Menurut teori *use and effect* yang pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl (1979), ini merupakan sintesis dari pendekatan *use and gratification* dan teori efek media tradisional. Konsep penggunaan media merupakan bagian penting dari pemikiran ini. Pengetahuan tentang penggunaan media adalah penyebab untuk memahami konsekuensi dari proses komunikasi massa. Teori penggunaan dan kepuasan dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Teori

¹Riyanto, *Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media*, Inter Komunika Jurnal Komunikasi, Vol 2 No. 1 2017.

penggunaan dan kepuasan menyatakan bahwa pengguna media berperan aktif dalam pemilihan dan penggunaan media, atau bahwa pengguna media adalah peserta aktif dalam proses ini dan merupakan sumber media terbaik untuk berkomunikasi dan memenuhi kebutuhan mereka mencoba untuk menemukan teori *uses and gratifications* menjelaskan kapan dan bagaimana konsumen media kurang lebih aktif menggunakan media dan apa konsekuensi dari penggunaan media. Ada asumsi inti yang membentuk inti dari teori utilitas dan gratifikasi yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevich. Ada lima asumsi kegunaan dan kepuasan inti: (2) Inisiatif untuk gratifikasi media didorong oleh khalayak (3) Media bersaing dengan sumber gratifikasi lain. (5) Konten media dinilai oleh pemirsa.

Sebuah teori dasar *use and gratification* yang mengalihkan fokus dari tujuan komunikator ke tujuan komunikator dan menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak secara keseluruhan. Teori kegunaan dan gratifikasi menunjukkan bahwa masalah utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Oleh karena itu, berfokus pada kelompok sasaran aktif yang menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu. Model ini menentukan fungsi komunikasi dalam pelayanan publik.

Studi manfaat dan kepuasan berbeda dari pandangan bahwa komunikasi tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi kelompok sasaran. Inti dari teori *uses and gratifications* adalah bahwa khalayak menggunakan media massa untuk motif tertentu. Media berusaha memenuhi motif – motif khalayak, jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media efektif Menurut Thomas Ruggiero bahwa *uses and gratifications* selalu menyediakan pendekatan teoritis baru pada tingkat awal dari tiap medium komunikasi massa, yang mengidentifikasi tiga karakteristik, antara lain : (1) keterhubungan, yang menguatkan *uses and gratification* dari pengguna media karena keterhubungan.(2) Demassifications, kemampuan pengguna untuk memilih media. (3) *Asynchronicity*, pesan termediasi dalam waktu atau tempat yang berbeda. Ada saatnya media menjaga loyalitas ditengah persaingan yang ketat, sehingga khalayak menempati posisi penting dan muncul setelah menemukan kepuasan, karakteristik khalayak itu adalah : (1) Khalayak yang cenderung berisi individu yang condong berbagi pengalaman dan dipengaruhi hubungan sosial. (2) Khalayak yang cenderung besar, tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa. (3) Khalayak yang heterogen dan berasal dari berbagai lapisan. (4) khalayak cenderung anonim, tidak mengenal satu sama lain. (5) Khalayak yang secara fisik dipisahkan oleh komunikator. Ini mungkin muncul setelah media mempertahankan loyalitas dalam kompetisi yang kejam, penonton mengambil posisi kunci, dan menemukan puas. Penonton ini dicirikan oleh: (1) Khalayak yang cenderung mencakup orang yang cenderung berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial. (2) membubarkan khalayak, yang cenderung besar, di berbagai bagian wilayah liputan media; (3) Penontonnya heterogen dan berasal dari berbagai latar belakang. (4)

Penontonnya cukup anonim, orang tidak saling kenal. (5) Khalayak secara fisik dipisahkan oleh komunikator.

Agenda Setting

Jika diurai secara bahasa (etimologi) agenda setting diambil dari Bahasa Inggris yang terdiri dari dua suku kata, yakni *agenda* dan *setting*. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata agenda diartikan dalam 2 (dua) pengertian, yaitu: 1) buku catatan yang bertanggal untuk satu tahun: acara rapat itu telah dicatat dalam agenda; 2) acara (yang akan dibicarakan dalam rapat), hal itu tercantum juga dalam agenda rapat. Adapun kata mengagendakan, sebagai kata kerja (*verb*) berarti memasukkan dalam acara (rapat dan seminar). Kata *Setting* atau yang dipadankan ke dalam Bahasa Indonesia dalam bentuk kata kerja (*verb*) dalam istilah “mengeset” diartikan sebagai pekerjaan menata, mengatur (tentang rambut, susunan huruf dalam mesin cetak, dan sebagainya): sudah menjadi kebiasaannya, ia mengeset rambut setiap pergi ke pesta, adapun orang yang mengerjakan pekerjaan mengeset dikatakan sebagai seorang “pengeset”. Sementara itu, jika kata mengeset diubah menjadi kata “pengesetan” artinya menjadi “pengaturan”. Berdasarkan pengertian secara etimologi di atas, maka pengertian *agenda setting* dapat dipahami sebagai pengaturan atau penyusunan agenda/acara/kegiatan. Hal ini sesuai dengan istilah yang dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi Indonesia sebagai penentuan atau penyusunan agenda.²

Adapun pengertian *agenda setting* dalam istilah komunikasi adalah: a) Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw percaya bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mentransfer hal yang menonjol yang dimiliki sebuah berita dari news agenda mereka kepada *public agenda*. Pada saatnya, media massa mampu membuat apa yang penting menurutnya, menjadi penting pula bagi masyarakat. b) Menurut Bernard C. Cohen *agenda setting theory* adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Dikemukakannya bahwa “pers mungkin tidak berhasil banyak waktu dalam menceritakan orang-orang yang berfikir, tetapi berhasil mengalihkan para pemirsa dalam berpikir tentang apa”. c) Stephan W. Littlejohn dan Karen A. Foss mengemukakan bahwa *agenda setting theory* adalah teori yang menyatakan bahwa media membentuk gambaran atau isu yang penting dalam pikiran. Hal ini terjadi karena media harus selektif dalam melaporkan berita. Saluran berita sebagai penjaga gerbang informasi membuat pilihan tentang apa yang harus dilaporkan dan bagaimana melaporkannya. Apa yang masyarakat ketahui pada waktu tertentu merupakan hasil dari penjagaan gerbang oleh media. Syukur Kholil mengutip pendapat Samsudin A. Rahim mengemukakan bahwa *agenda setting* adalah peran media massa yang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi pendapat dan

² Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), Hlm. 195.

perilaku masyarakat dengan menentukan agenda terhadap masalah yang dipandang penting.³

Berdasarkan definisi di atas, dapat dikatakan bahwa teori *agenda setting* telah berbicara tentang pentingnya peran media massa dalam menentukan agenda mereka yang terpapar informasi. Masyarakat sudah terbiasa dengan berita yang disampaikan oleh media, sehingga menjadi topik pembicaraan dalam kehidupan sehari-hari. Berita atau informasi yang disampaikan oleh media bukan hanya ilmu atau pengetahuan kepada masyarakat, tetapi bahkan dapat mengubah gaya hidup, perilaku atau sikap masyarakat. Teori *agenda setting* mulai dikemukakan pada tahun 1968, ketika sedang dilakukan penelitian tentang kampanye untuk pemilihan presiden AS. Penelitian ini berhasil menemukan korelasi yang kuat antara penekanan berita dengan bagaimana berita itu dipersepsikan oleh pemilih, yang kemudian menjadi hipotesis teori pendirian buku harian. Meningkatkan nilai penting topik tersebut bagi khalayak.

Teori *agenda setting* merupakan salah satu dari sekian banyak teori tentang efek media massa bagi khalayak, baik yang termasuk kategori teori klasik seperti teori stimulus respon yang dikemukakan oleh Hovland, et al (1953) dan teori SOR (*Stimulus Organisme Response*) yang dikemukakan Melvin DeFleur (1970) sebagai modifikasi dari teori Stimulus Response sebelumnya, maupun yang masuk kategori teori kontemporer seperti teori Difusi Inovasi, teori *Uses and Gratification*, teori Defendensi Efek Komunikasi massa, teori *Spiral of Silence*, teori *Uses and Effects*, teori *The Limited Media Effects*, *The Bullet Theory* atau teori Jarum Hipodermik, dan lain-lain. Kehadiran teori *Agenda Setting*, telah membantah banyak teori sebelumnya seperti teori peluru (*the bullet theory*) yang dikemukakan Wilbur Schramm (1950-an), yang berasumsi efek media massa sangat luar biasa, karena khalayak bersifat pasif dan tidak berdaya, meskipun teori ini telah dibantah sendiri oleh Schramm pada tahun 1970 dengan meminta supaya teori peluru ajaib itu dianggap tidak ada, sebab ternyata khalayak media massa tidak pasif. Stephen W. Littlejohn mengatakan, agenda setting beroperasi dalam tiga bagian sebagai berikut: a) Agenda media itu sendiri harus diformat. Proses ini menimbulkan pertanyaan bagaimana program media pertama kali dibuka; b) Program media dalam banyak hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu kepada publik. Pernyataan ini menimbulkan pertanyaan, apa kekuatan media yang dapat mempengaruhi agenda publik dan bagaimana publik menjalankannya; c) Agenda publik mempengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu.⁴

Teori Kultivasi

³ Syukur Kholil, *Komunikasi Islami*, (Bandung: Ciptapustaka Media, 2007), Hlm. 36.

⁴ Elfi Yanti Ritonga, *Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi*, Simbolika Vol 4 (1), 2018: 32-41

Teori kultivasi muncul dalam situasi perdebatan antara sekelompok ilmuwan yang memberikan informasi tentang efek komunikasi massa yang sangat kuat (model efek kekuatan) dan kelompok yang percaya pada batas-batas komunikasi yang efektif. respon media (model efek terbatas) , serta perdebatan antar kelompok yang menganggap pengaruh media massa bersifat langsung dan tidak langsung. Efek kelompok dari media massa bersifat tidak langsung atau kumulatif. Teori budaya tampaknya mengkonfirmasi keyakinan orang bahwa dampak media massa bersifat kumulatif dan lebih berdampak pada tingkat sosial budaya daripada individu. Menurut Signorielli dan Morgan, analisis budaya merupakan langkah maju dalam model penelitian efek media, yang sebelumnya dilakukan oleh George Gerbner, khususnya studi "indikator budaya": a) proses institusi dalam produksi konten media, b) citra (kesan) dari isi media, dan c) hubungan antara paparan pesan televisi dan keyakinan dan perilaku penonton. Selama perkembangan awal, teori budaya ini lebih fokus pada studi televisi dan penonton, terutama pada topik kekerasan televisi. Namun dalam perkembangannya, bisa juga digunakan untuk penelitian di luar subjek kekerasan. Misalnya, seorang mahasiswa Amerika pernah mengomentari pecandu opera berat. Mereka lebih cenderung berselingkuh (menyimpang), bercerai, dan melakukan aborsi daripada orang yang tidak kecanduan drama. Gerbner dan beberapa rekannya kemudian melakukan penelitian media massa yang berfokus pada dampak media massa pada kehidupan sehari-hari melalui analisis budaya. Dari analisis ini, banyak temuan menarik dan awal yang diperoleh, yang kemudian mengubah kepercayaan masyarakat tentang hubungan antara televisi dan penonton dan berbagai efek yang menyertainya. Karena konteks penelitian ini dilakukan dalam kaitannya dengan maraknya program televisi kekerasan dan meningkatnya angka kriminalitas di masyarakat, maka temuan penelitian ini lebih banyak terkait dengan dampak kejahatan kekerasan di televisi. persepsi. kekerasan di televisi. Namun dalam perkembangannya, bisa juga digunakan untuk penelitian di luar subjek kekerasan. Misalnya, seorang mahasiswa Amerika pernah mengomentari pecandu opera berat. Mereka lebih cenderung berselingkuh (menyimpang), bercerai, dan melakukan aborsi daripada orang yang tidak kecanduan drama. Gerbner dan beberapa rekannya kemudian melakukan penelitian media massa yang berfokus pada dampak media massa pada kehidupan sehari-hari melalui analisis budaya. Dari analisis ini, banyak temuan menarik dan awal yang diperoleh, yang kemudian mengubah kepercayaan masyarakat tentang hubungan antara televisi dan penonton dan berbagai efek yang menyertainya. Karena konteks penelitian ini terkait dengan maraknya program televisi kekerasan dan meningkatnya jumlah kejahatan di masyarakat, maka hasil penelitian ini lebih banyak terkait dengan efek kekerasan pada media untuk kesadaran. Di antara berbagai teori dampak media jangka panjang, *cultivation analysis* merupakan teori yang menonjol. Gerbner menyatakan bahwa televisi sebagai salah satu media modern, telah memperoleh tempat sedemikian rupa dan sedemikian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, sehingga mendominasi "lingkungan simbolik" kita dengan cara menggantikan pesannya tentang realitas bagi pengalaman pribadi dan sarana mengetahui dunia

lainnya. Teori kultivasi melihat media massa sebagai agenda sosialisasi, dan menemukan bahwa penonton televisi dapat mempercayai apa yang ditampilkan oleh televisi berdasarkan seberapa banyak mereka menontonnya.⁵

Teori Uses and Effect

Teori *uses and effect* merupakan sintesis antara pendekatan *uses and gratifications* dan teori tradisional mengenai *effect*. Konsep *use* (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini karena pengetahuan mengenai penggunaan media yang menyebabkan, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti eksposur yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempresepsi. Dalam konteks lain pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana ini terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, fokus dari teori ini lebih kepada pengertian yang kedua.

Maka teori *uses and effect* merupakan sebuah teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah *effect* bagi pengguna dari media massa tersebut. Contoh dari teori *uses and effect* dapat dilihat dari kebiasaan seseorang menonton atau mendengarkan media massa dalam keseharian seorang individu, misalnya kebiasaan orang menonton drama korea yang menimbulkan sebuah *effect* dari apa yang dilihat.⁶

Dalam penggunaan dan kepuasan, penggunaan sarana terutama ditentukan oleh kebutuhan individu, sedangkan dalam penggunaan dan efeknya, kebutuhan hanyalah salah satu faktor yang mendorong penggunaan kendaraan. Harapan dan persepsi media, serta akses media, akan mendorong individu untuk mengambil keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan konten media massa.⁷

Teori Jarum Suntik

Teori peluru (*bullet theory*) atau teori jarum suntik/ hipodermik (*hypodermic needle theory*) atau teori sabuk transmisi (*transmission belt theory*) merupakan teori awal mengenai komunikasi massa yang lahir menjelang Perang Dunia I dan terus digunakan hingga usai Perang Dunia II. Pada saat itu media massa Jerman berjasil meyakinkan rakyat untuk mendukung penguasa dan mengobarkan Perang Dunia ke-1 dan ke-2. Kondisi ini memberikan pengaruh kepada teori komunikasi massa yang muncul ketika itu yang dinamakan teori stimulus-respon (*S-R Theory*) yang merupakan teori paling tua dan paling dasar dalam ilmu komunikasi modern. Teori Jarum Hipodermik ini meyakinkan bahwa kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan tindakan menyuntikkan obat yang bisa langsung masuk

⁵Junaidi, *Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi*, Simbolika 4(1) 2018: 42-51.

⁶Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), Hlm. 291.

⁷Djuarsa Senjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1999), Hlm.

ke dalam jiwa penerima pesan. Sebagaimana peluru yang ditembakkan dan langsung masuk ke dalam tubuh.⁸

Menurut Melvin De Fleur berpendapat bahwa pada teori ini, media menyajikan stimuli perkasa yang secara seragam diperhatikan oleh massa. Stimuli yang membangkitkan desakan, emosi, atau proses lain yang hampir tidak terkontrol oleh individu. Setiap anggota massa memberikan respon yang sama pada stimuli yang datang dari media massa. Teori ini mengasumsikan massa yang tidak berdaya ditembaki oleh stimuli media massa maka disebut dengan "teori peluru" (*bullet theory*) atau "model hipodermik" yang menganalogikan pesan komunikasi seperti obat yang disuntikkan dengan jarum ke bawah kulit pasien.⁹

Selain itu, dalam teori ini mencoba menjelaskan bagaimana proses berjalannya pesan dari sumber (*source*) kepada pihak yang menerima pesan atau komunikan (*receiver*). Secara singkat, media massa dalam teori ini bersifat sangat kuat dalam mempengaruhi penerima pesan. Teori S-R menggambarkan proses komunikasi yang sederhana yang hanya melibatkan dua komponen yaitu media massa dan penerima pesan yaitu khalayak. Media massa mengeluarkan stimulus dan penerima menanggapi dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori stimulus-respon.

Akhlakul Karimah

Akhlak memiliki dua pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan akhlak, yaitu pendekatan linguistik (bahasa), dan pendekatan terminologik (istilah). Dari sudut kebahasaan, akhlak berasal dari bahasa Arab, yaitu isim masdar (bentuk infinitif) dari kata akhlaqa, yukhliq, ikhlaqan, sesuai dengan timbangan (wazan) tsulasi mazid af'ala, yuf'ilu, if'alan yang berarti al-sayijah (perangai), ath-thabiah (kelakuan, tabiat, watak dasar), al-'adat (kebiasaan, kelaziman), al-mar'uah (peradaban yang baik), dan al-din (agama).¹⁰

Sedangkan akhlak dalam bahasa Indonesia berasal dari kata khalaqa yang berarti mencipta, membuat dan menjadikan. Akhlaq selanjutnya dalam bahasa Indonesia disebut akhlak secara etimologi berarti perangai, adat, tabiat, atau system perilaku yang dibuat manusia. Akhlak secara kebahasaan bisa baik dan buruk tergantung pada tata nilai yang dipakai sebagai landasannya, meskipun secara sosiologis di Indonesia akhlak memiliki konotasai baik sehingga orang yang berakhlak berarti orang yang berakhlak baik.¹¹

Sedangkan menurut aspek terminologi, akhlak dikemukakan oleh beberapa pakar, diantaranya: a. Ibnu Miskawaih, akhlak adalah keadaan jiwa seseorang yang mendorongnya untuk melakukan perbuatan-perbuatan tanpa melalui pertimbangan pikiran.

⁸ Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013), Hlm. 504.

⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998), Hlm. 197.

¹⁰ Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), hal. 1.

¹¹ Zainuddin Ali, *Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 29.

b. Imam Ghazali, akhlak adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak memerlukan pertimbangan pemikiran.

c. Prof. Dr. Ahmad Amin, akhlak adalah kehendak yang dibiasakan. Artinya, kehendak itu bila membiasakan sesuatu, kebiasaan itu dinamakan akhlak.¹²

d. Ibrahim Anis, akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang melahirkan bermacam-macam perbuatan, baik atau buruk tanpa membutuhkan pemikiran dan pertimbangan.¹³

Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media online, menggunakan para penggunanya sanggup menggunakan gampang berpartisipasi, menyebarkan, & membangun isi mencakup blog, jejaring sosial, wiki, lembaga & global virtual. Blog, jejaring sosial & wiki adalah bentuk media umum yg paling generik dipakai sang warga pada semua global. Pendapat lain berkata bahwa media umum merupakan media online yg mendukung hubungan sosial & media umum memakai teknologi berbasis web yg mengganti komunikasi sebagai obrolan interaktif. Pengertian media umum merupakan seperangkat indera komunikasi & kerja sama baru yg memungkinkan terjadinya aneka macam jenis hubungan yg sebelumnya nir tersedia bagi orang awam.

Adapun beberapa jenis menurut media umum ialah: a) pelaksanaan media umum menyebarkan video, b) pelaksanaan media umum microblog, c) pelaksanaan media umum d) aplikasi media sosial berbagi jaringan profesional, e) aplikasi berbagi foto.¹⁴

Remaja

Remaja berasal dari kata *adolescence* berasal dari bahasa latin adolesen yang berarti tumbuh atau tumbuh. Istilah remaja memiliki arti yang sangat luas yang meliputi kematangan mental, emosional, fisik, emosional dan sosial.¹⁵ Menurut Wilgan dkk, berdasarkan Hadianto, yaitu praremaja 10-12 tahun, remaja awal 12-15 tahun, remaja tengah 15-18 tahun dan remaja akhir 18-21 tahun. Masa remaja merupakan peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, yang mengalami perkembangan dari berbagai aspek yang ditandai dengan pertumbuhan fisik,

¹² Zahrudin AR dan Hasanudin Sinaga, Pengantar Studi Akhlak, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 4

¹³ Amirulloh Syarbini dan Akhmad Khusaeri, Metode Islam dalam Membina Akhlak Remaja, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2012), hal. 34.

¹⁴ Tongkotow Liedfray, dkk, *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*, Vol. 2, No. 1, 2022.

¹⁵ Ridoni, dkk, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Akhlakul Karimah Remaja Desa Air Gegas*, Vol. 6 No. 2, 2020.

perkembangan seksual, cara berpikir, emosi yang berlebihan, ketertarikan pada lawan jenis, perhatian dari lingkungan dan bergabung dalam kelompok.¹⁶

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dan mempergunakan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.¹⁷ Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki karakteristik dan datanya dinyatakan dalam hal sewajarnya tidak dirubah dalam bentuk bilangan maupun simbol-simbol.¹⁸ Menurut Jhonson dan Christensen metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berbasis pada data non angka, seperti gambar dan kata-kata.¹⁹ Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengembangkan pemahaman dan metode penelitian kualitatif dianggap paling efektif untuk diterapkan pada penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah sebagai teknik wawancara, wawancara merupakan metode penelitian yang dimana peneliti melakukan interaksi langsung atau tatap muka dengan objeknya untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan pembahasan. Observasi, observasi adalah kegiatan yang dilakukan peneliti dalam *setting* alamiah dengan tujuan mengeksplorasi atau menggali suatu makna, suatu fenomena yang ada dalam diri partisipan atau diartikan dengan pengamatan yang dilakukan indra penglihatan tanpa harus mengajukan pertanyaan.²⁰ Observasi dilakukan untuk mengetahui secara langsung dan mengamati kejadian fenomena atau peristiwa yang ingin diketahui. Dari segi proses pelaksanaan dan pengumpulan data, menggunakan *non participant observation* (tidak berpartisipasi) peneliti tidak berpartisipasi langsung dengan orang yang diteiti tetapi hanya pengamat independen saja.²¹ Dokumentasi, dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diambil dari jurnal, dokumen, buku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

"Pandangan saya sebagai pengguna mediasosial mengenai Akhlakul Karimah, di era globalisasi ini media sosial sangat berpengaruh untuk mendapatkan pengetahuan yg luas. Selain dilihat dari sisi positifnya sudah pasti ada sisi negatif dari penggunaan mediasosial. Salah satu contohnya menggunakan aplikasi yg paling banyak diminati remaja yaitu tiktok, dari kalangan remaja kebanyakan mengikuti

¹⁶ Reni Ferlitasari and Ellya Rosana, 'Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja', *Sosio Religia*, 1.2 (2020)

¹⁷ Nur Khoiri, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 1

¹⁸ Fristiana Irina, *Metode Penelitian Terapan*, (Yogyakarta : Penerbit Pratama Ilmu, 2017), hlm. 233

¹⁹ Fattah Hanurawan, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi*, (Jakarta : Putra Utama Offset, 2016), hlm. 26

²⁰ M. Hariwijaya, *Metode Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi Untuk Ilmu Sosial dan Humaniora*, (Yogyakarta : Dua Seria Offset, 2015), hlm. 89

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm. 145

trend negatif , seperti berjoget. Lebih parahnya lagi yg mengikuti trend adalah seorang muslim dan muslimah. Ini merupakan perilaku yg buruk, yang bertentangan dengan ajaran Islam. Peran mediasosial dalam membentuk Akhlakul Karimah para remaja. Sebenarnya, mediasosial ini dipandang dari dua sisi, ada sisi baik dan ada sisi buruk. Sisi baiknya bisa sangat membantu kita dalam ilmu pengetahuan, Dan sisi buruknya kita bisa terseret kedalam trend yang dapat memperburuk akhlak kita. Tapi kebanyakan remaja mengambil dari sisi buruknya, mungkin karna mereka masih remaja jadi masih belum memahami betul sisi baik dan buruknya untuk mereka. Faktor yang mendukung saya sebagai pengguna mediasosial dalam membentuk Akhlakul karimah dengan adanya perilaku-perilaku menyimpang yang dilakukan oleh remaja jaman sekarang. Jadi mediasosial itu saya gunakan untuk menyebarluaskan hal-hal yang baik yang dapat menggiring remaja kedalam Akhlakul Karimah. Sesuatu hal yang melatarbelakangi saya dalam membentuk Akhlakul Kharimah remaja, sebenarnya dari hati saya sendiri. Karna dilihat dari perilaku ramaja sekarang sangat berbeda dari jaman saya dulu. Dengan ini saya ingin media sosial yang saya pergunakan juga akan berguna dalam membentuk Akhlakul karimah remaja dengan cara saya membagikan kabajikan terkait hal-hal yang menyangkut pembentukan akhlak remaja. Hal-hal yang menghambat saya yaitu keterbatasan waktu. Karna saya bekerja dari pagi sampe malam, Jadi saya terkadang tidak sempat untuk membagikan hal-hal baik ke media sosial saya. Media sosial yang sering saya gunakan untuk membentuk Akhlakul remaja adalah tiktok. Karna mediasosial ini sudah banyak digunakan dari kalangan remaja sampai org tua, jadi menurut saya akan lebih efektif lagi kalau saya membagikan hal-hal baik ke media sosial ini.” ujar Rizkia Atika Tarigan

Pendapat lain mengatakan sebagai pengguna mediasosial, akhlakul karimah para remaja saat ini mengalami penurunan. Mereka cenderung sering berbuat hal-hal tidak baik dan memamerkannya di mediasosial. Menurut saya, mediasosial berperan penting dalam membentuk akhlak remaja. Saat ini mediasosial adalah media bagi kaum muda untuk mencari informasi sehingga tidak banyak juga dari mereka yang mencontoh hal-hal buruk dan menerapkannya pada kehidupan mereka. Seperti mencontoh berpakaian yang saat ini sedang trend di tiktok yang menghabiskan banyak uang menjadikan mereka pribadi yang boros. Menurut saya, mediasosial tidak selamanya berdampak buruk. Mediasosial juga banyak manfaatnya bagi para remaja. Kita dapat membentuk akhlak baik para remaja dengan media sosial, contohnya menyiarkan dakwah melalui media sosial. Faktor yang mendukung untuk membentuk akhlakul karimah para remaja menurut saya adalah lingkungan dan kebiasaan. Apabila si remaja tumbuh di lingkungan yang mayoritas warganya orang-orang baik maka remaja itu akan tumbuh menjadi pribadi yang baik pula, begitu pun sebaliknya. Faktor yang kedua adalah kebiasaan yang mana remaja harus terbiasa melakukan hal-hal baik, kalau ia terbiasa melakukan hal-hal buruk maka akan sulit akhlakul karimah terbentuk dalam dirinya. Sebagai pengguna mediasosial, menurut saya faktor yang menghambat terbentuknya akhlakul karimah para remaja adalah banyaknya konten-konten tidak bermanfaat yang lewat di sosial media para remaja, seperti trend joget tiktok

maupun konten-konten prank yang berakibat buruk yang mana sering dicontoh para remaja. Saya sering menggunakan facebook karena fitur aplikasi yang lengkap sebagai media saya membagikan hal-hal baik seperti konten dakwah.” Bella Angraini

“Saya memandang bahwa mediasosial sangat berpengaruh pada pembentukan akhlak para remaja yang mana banyak terdapat kelebihan begitupun kekurangannya. Kelebihannya yaitu para remaja lebih mudah untuk mendapatkan ilmu. Namun dibalik itu juga dapat berpengaruh negatif karena para remaja sangat mudah terasumsi hal-hal buruk dari mediasosial sehingga terpengaruh pada akhlaknya yang kurang baik. Tergantung pada setiap individu dalam menyikapi hal-hal yang muncul atau berita yang terdapat di mediasosial, seharusnya mediasosial memberikan hal-hal yang baik namun tidak bisa dipungkiri banyak juga hal negatif yang muncul. Yang tentunya melatarbelakangi hal tersebut adalah kebutuhan khalayak akan informasi dan banyak ilmu yg bisa didapat dari mediasosial yang menjadi faktor negatif yaitu banyak hal-hal yang kurang tepat pada informasi yang muncul di media sosial, dan melalui media sosial juga tidak mudah memberikan arahan pada remaja. Lebih epektif diarahkan secara langsung. Dan media sosial yang saya gunakan yaitu Facebook, Instagram, WhatsApp.” Siti Rahmawani Ritonga

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan narasumber terkait peran media sosial dalam membentuk akhlak karimah remaja bahwa media bukan sesuatu yang dapat disalahkan melainkan media adalah saluran mempermudah masyarakat melakukan sesuatu hal ini berdampak baik dengan kemudahan yang ditawarkan hanya saja perlunya kesadaran bagi setiap pengguna untuk memilah dan memilih hal-hal yang bermanfaat untuk dilakukan dan digunakan seperti dalam pembelajaran sekolah dan mengakses buku-buku secara online. Pada dasarnya media sosial juga mampu membentuk akhlak remaja dengan konten-konten yang ada didalamnya bersifat mendidik tidak hanya menyalahkan media tetap pengguna media harus secara sadar menggunakan media sosial dengan cerdas dan cermat dengan membagikan konten dakwah yang mendidik, status yang mendidik dan bahan bacaan yang menambah pengetahuan remaja kepada hal-hal yang positif dengan menyebarkannya dengan media yang sering digunakan remaja dewasa ini yaitu tiktok, berdakwah melalui media sosial dengan pendekatan yang sedang trend.

Media adalah benda yang menghantarkan kita kepada kemudahan dan menyajikan kita kepada kedekatan yang menjadi permasalahan disini ialah para remaja tidak memiliki control diri dalam penemuan jati dirinya sehingga disini kembali kepada peran orang tua dalam mengontrol kegiatan dan waktu anak atau remaja dalam menggunakan media sosial sehingga remaja sadar bahwa ia sedang diawasi ada rasa mawas diri untuk tidak melihat konten-konten yang tidak baik dan tidak bermanfaat secara berlebihan. Media bukanlah sesuatu benda hidup yang bisa bergerak sendiri tapi manusialah yang menggerakkannya dan menggunakannya hanya saja media sosial digunakan oleh banyak orang sehingga penting bagi para orang tua memiliki bekal untuk mengerti media sosial dan membatasi apa yang diakses oleh anaknya dan waktu penggunaan media sosial hal ini akan menjadi

pondasi dasar bagi sang anak untuk terbentuk karakter dan akhlak yang baik kedepannya.

Ketidak siapan remaja dalam menghadapi era globalisasi merupakan tantangan besar bagi orang tua bukan menjadi masalah bagi media, walaupun demikian hal ini menuntut para orangtua untuk sadar bermedia sosial dan tegas dalam mendidik karakter anak-anaknya dengan tegas kemudian penting bagi pengguna media sosial saling mengingatkan dengan membagikan hal-hal yang baik agar lingkungan media sosial itu baik dan sehat bagi setiap pengguna penuh dengan khajanan ilmu pengetahuan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Peran media sosial dalam membentuk akhlakul karimah remaja berperan hanya saja peran baik atau buruk tergantung pada remaja yang menggunakannya dan control dari lingkungan yaitu orang tua dan keluarga. karena media sosial sangat eratkaitannya dengan remaja hanya saja media sosial yang merupakan wadah menyampaikan informasi ini tempat bertukar pendapat dan saling berkenalan serta mendapatkan ilmu pengetahuan tersebut secara bebas dan tanpa batas serta bebas berekspresi sehingga banyak remaja yang belum siap menghadapi era globalisasi yang merupakan bentuk kejauhan teknologi sehingga banyak yang slaah dalam menggunakan kemudahan yang ditawarkan media sosial sehingga penting peran orang tua, keluarga dalam memantau kegiatan anak remajanya dalam menggunakan media sosial dan adanya kesadaran bagi para pengguna untuk menjaga buday amedia kepada hal-ha kebermanfaatan untuk semangkin majunya perubahan yang diciptakan untuk mencerdaskan generasi bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Fahri, Mohammad. 2019. *Moderasi Beragama Di Indonesia*, Jurnal Raden Fatah Vol.25 No 2.
- Ferlitasari, Reni, Ellya Rosana. 2020. *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja*. Vol. 2 No.1.
- Hanurawan, Fattah. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi*. Jakarta : Putra Utama Offset.
- Hariwijaya, M. 2015. *Metode Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi Untuk Ilmu Sosial dan Humaniora*, Yogyakarta : Dua Seria Offset.
- Irina, Fristiana. 2017. *Metode Penelitian Terapan*. Yogyakarta : Penerbit Pratama Ilmu.
- Junaidi. 2018. *Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi*. Simbolika 4(1).
- Kholil, S. 2007. *Komunikasi Islami*. Bandung: Ciptapustaka Media.
- Khoiri, Nur. 2005. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Liedfray, Tongkotow, dkk. 2022. *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*. Vol. 2 No. 1
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.

- Nuruddin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ridoni, dkk. 2020. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Akhlakul Karimah Remaja Desa Air Gegas*. Vol. 6 No. 2
- Ritonga, Elfi Yanti. 2018. *Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi*. Simbolika Vol 4 (1).
- Riyanto. 2017. *Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media*. Inter Komunika Jurnal Komunikasi. Vol 2No. 1
- Rusydi, Ibnu, Siti Zolehah. 2018. *Makna Kerukunan Antar Umat Beragama Dalam Konteks keislaman dan Keindonesiaan*. Vol. 1 No. 1.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1997. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Senjaja, Djuarsa. 1999. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Surawan & Mazrur. 2020. *Psikologi Perkembangan Agama: Sebuah Tahapan Perkembangan Agama Manusia*. Yogyakarta: K-Media.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.