Jurnal Tarbiyah bil Qalam
Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al-Bukhary Labuhanbatu
Volume IX. Edisi II. Juli -Desember 2025

E-ISSN :2715-0151
P-ISSN :2599-2945

TARBYAH bil QALAM
Jurnal Pendidikan, Agama dan Sains

Pengaruh Media Sosial Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam Dikalangan Remaja Didesa Konde Kabupaten Buton Utara

[1]Vivin, [2]Muhamad Ridwan, [3]Darmayanti

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Buton
e-mail: [1]uniazahra3@gmail.com, [2]faiumb.ridwan@gmail.com,
[3]faiumb.darmayantiyanti@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang diberikan media sosial dalam penyebaran nilai-nilai islam dikalangan remaja. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan penyebaran angket. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 40 responden dengan 25 remaja laki-laki dan 15 remaja perempuan. Metode analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas, uji koefisien regresi linear sederhana dan uji korelasi hipotesis. Kemudian pengolahan datanya menggunakan aplikasi SPSS for windows 12. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial dalam penyebaran nilai-nilai islam di kalangan remaja di Desa Konde, Kabupaten Buton Utara. Hasil analisis regresi melalui uji T menunjukan bahwa variabel penggunaan media sosial (X) terhadap variabel nilai-nilai islam (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji t, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,041 yang lebih kecil dari α sebesar 0,05 (0,041 < 0,05) dan nilai hitungn sebesar -2,115 yang lebih besar secara absolut dari pada nilai ttabel sebesar 0,312 (2,115 > 0,312). Oleh karena itu remaja harus cerdas dalam penggunaan media sosial, dengan berbagai macam fitur yang dapat digunakan dalam menyebarkan nilai-nilai islam.

Kata kunci : Media Sosial, Nilai-Nilai Islam, Remaja

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of social media in the spread of Islamic values among teenagers. This study is included in quantitative research with data collection methods through observation, documentation and questionnaire distribution. The number of samples obtained was 40 respondents with 25 male teenagers and 15 female teenagers. The data analysis methods used were normality test, linearity test, simple linear regression coefficient test and hypothesis correlation test. Then the data processing used the SPSS for Windows 12 application. The results of this study indicate that there is a significant influence between the use of social media in the spread of Islamic values among teenagers in Konde Village, North Buton Regency. The results of the regression analysis through the T test showed that the variable of social media use (X) on the variable of Islamic values (Y). This is proven through the t-test, obtained a significant value of 0.041 which is smaller than α of 0.05 (0.041 <0.05) and a calculated value of -2.115 which is greater in absolute terms than the t-table value of 0.312 (2.115> 0.312). Therefore, teenagers must be smart in using social media, with various features that can be used in spreading Islamic values.

Keywords: Social Media, Islamic Values, Teenagers

I. PENDAHULUAN

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten secara online, seperti teks, gambar, video, dan media lainnya. Waktu rata-rata setiap hari yang dihabiskan individu dalam menggunakan media sosial semakin meningkat dari tahun ke tahun (Fitri, 2017). Di Amerika Serikat, hampir dua pertiga masyarakat dewasa menggunakan lebih dari satu media sosial. Usia dewasa muda yakni 18-29 tahun merupakan pengguna media sosial terbesar. Usia anak-anak hingga remaja juga mengalami peningkatan jumlah yang signifikan. Hal ini tentu saja menjadi perhatian bagi berbgai lintas sektor (Daulay, 2016).

Seseorang yang menggunakan media sosial tentu saja memiliki berbagai motivasi dintaranya yakni untuk berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu fenomena, untuk berbagi informasi maupun untuk mengikuti salah satu yang menjadi trend terbaru didunia sebagai bentuk eksistensi diri (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Orang-orang yang hanya menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menjaga silaturahmi biasanya akan memilih media sosial yang bersifat privat seperti Line, Whatsapp, Telegram, Messenger, atau yang lainnya. Meskipun mereka juga menggunakan media sosial yang terbuka seperti Facebook, Instagram, Twitter, namun mereka hanya akan menjadi penonton, dan pembaca yang baik dan melihat perkembangan terbaru yang ada di media sosial tersebut (J. R. M. Putri, 2019).

Di era globalisasi saat ini, kebutuhan akan interaksi antar individu melalui mediia sosial semakin meningkat. Hal ini secara tidak langsung telah membuat ruang kehidupan baru bagi masyarakat. Para pengguna media soaial secara tidak sadar manusia hidup dalam dua dunia, yaitu dunia nyata dan dunia maya. Keberadaan media sosial mengubah pola interaksi masyarakat. Media sosial telah menghilangkan hambatan seperti ruang dan waktu yang mencegah orang berinteraksi (W. S. R. Putri et al., 2016).

Semakin banyaknya pengguna sosial media tentu saja diikuti oleh tantangannya yang menuntut pendekatan yang lebih inovatif dan integratif dalam pendidikan karakter khususnya pada generasi muda. Generasi muda saat ini dihadapkan pada tantangan unik seperti *overexposure* terhadap media sosial, fake *news*, *cyberbullying*, dan tekanan *peer group* secara online. Pendidikan karakter di era digital ini mempersiapkan remaja untuk menjadi pengguna media sosial yang bertanggung jawab dan memiliki etika yang baik dalam menggunakan media sosial seperti menghormati privasi online, mengidentifikasi dan menangani informasi yang salah, dan menggunakan teknologi secara etis dan produktif (Hawae et al., 2015).

Secara idealnya pendidikan agama mempunyai misi untuk meningkatkan keimanan dan karakter individu, agar bisa menjujung tinggi nilai-nilai moral dan nilai-nilai rerligius dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara (Abdurrahman, 2016). Hal ini menjadi penting mengingat para generasi muda yang yang mudah terkena dampak negatif dari penggunaan media sosial seperti kurang peka terhadap lingkungan masyarakat, terjebak pada pola hidup bebas, dan cenderung bersikap individualisme serta kurang realistis. Hal ini merupakan tantangan bagi berbagai lintas sektor untuk menemukan solusi agar para remaja sebagai generasi penerus bangsa tidak terjerumus kepada dampak sosial media yang tidak baik (Rahmawati & Kurniawan, 2021).

Media sosial tidak hanya menimbulkan efek negatif, namun juga

hal-hal positif seperti kita dapat menyebarkan hal-hal baik atau edukasi islami memalui media sosial khususnya para remaja. Ini bisa sangat efektif karena bisa dilakukan tanpa hambatan ruang dan waktu atau dilakukan kapan saja dan dimana saja. Pendidikan islam sangat penting bagi para remaja, olehnya itu seluruh elemen bangsa perlu terlibat dalam menata pendidikan Islam diberbagai sekolah baik formal maupun nonformal (Chintya & Khoiriyah, 2017). Penanaman pendidikan Islam bagi generasi muda tidak akan mampu berjalan secara optimal jika tidak ada keterlibatan yang serius dari semua pihak. Oleh karena itu semua elemen bangsa baik pemerintah, tokoh masyarakat, orang tua, pendidik, masyarakat yang lain harus memiliki niat dan keseriuan untuk merealisasikan hal ini dengan harapan generasi masa depan bangsa adalah generasi yang intelektual tinggi dan berakhlak mulia (A'yun, 2018).

Pertumbuhan jaringan sosial diseluruh dunia telah menciptakan tempat interaksi dan komunikasi baru diantara orang-orang, media sosial telah melekat hingga berdampak pada perilaku remaja di Desa konde dalam hal penyebaran nilai-nilai islam. Penggunaan media sosial semakin meningkat mendorong mereka untuk berkecanduan menggunakan media sosial, begitupun yang dilakukan para remaja di Desa konde mereka menggunakan media sosial dimanapun berada tanpa kenal tempat dan waktu.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti dengan para remaja di Desa konde, Kabupaten Buton Utara mendapatkan bahwa permasalahan yang sering terjadi khususnya interaksi sosial remaja akibat penggunaan media sosial yang berlebihan, dan seiring berjalannya zaman yang dimana remaja semakin jauh dari jangkauan orang tua maka peran media sosial benar-benar menguasai dalam keseharian remaja yang mengakibatkan adanya penyimpangan dalam nilai-nilai islam. Berdasarkan permasalahan permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial dalam penyebaran nilai-nilai islam di kalangan remaja di Desa Konde, Kabupaten Buton Utara.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan penyebaran angket. Metode analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas, uji koefisien regresi linear sederhana dan uji korelasi hipotesis (Sugiono, 2017). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Konde, Kecamatan Kambowa, Kabupaten Buton Utara, Provinsi Sulawesi Tenggara. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 40 responden dengan 25 remaja laki-laki dan 15 remaja perempuan. Kriteria responden dlam penelitian ini yakni para remaja yang tinggal di Desa Konde, Buton Utara yang berusia 17-23 tahun. Data dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS for windows 22.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Data Hasil Angket Penggunaan Media Sosial Para Remaja

Tabel 1
Tanggapan remaja tentang sering menggunakan facebook

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	15	37,5%
2	Sering	18	45,0%
3	Jarang	5	12,5%
4	Tidak Pernah	2	5,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja sangat sering menggunakan

facebook, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 37,5% remaja menjawab sangat sering, 45,0% remaja menjawab sering, 12,5% remaja menjawab jarang, 5,0% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 2
Tanggapan remaja menggunakan facebook untuk memperbanyak teman

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	10	25,0%
2	Sering	12	30,0%
3	Jarang	13	32,5%
4	Tidak Pernah	5	12,5%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja sering menggunakan facebook untuk memperbanyak teman, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 25,0% remaja menjawab sangat sering, 30,0% remaja menjawab sering, 32,5% remaja menjawab jarang, 12,5% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 3
Tanggapan remaja melihat postingan positif di facebook

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	12	30,0%
2	Sering	20	50,0%
3	Jarang	6	15,0%
4	Tidak Pernah	2	5,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja sering menggunakan facebook untuk melihat postingan posotif di facebook, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 50,0% remaja menjawab sangat sering, 30,0% remaja menjawab sering, 15,0% remaja menjawab jarang, 5,0% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 4
Tanggapan remaja sering mengakses whatsapp

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	25	62,5%
2	Sering	10	25,0%
3	Jarang	3	7,5%
4	Tidak Pernah	2	5,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja sering mengakses whatsapp, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 62,5% remaja menjawab sangat sering, 25,0% remaja menjawab sering, 7,5% remaja menjawab jarang, 5,0% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 5
Tanggapan remaja sering chatan dengan teman di whatsAap

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	18	45.0%
2	Sering	15	37.5%
3	Jarang	5	12.5%
4	Tidak Pernah	2	5.0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja sering menggunakan Whatsaap untuk memperbanyak teman, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 45,0% remaja menjawab sangat sering, 37,5% remaja menjawab sering, 12,5% remaja menjawab jarang, 5,0% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 6
Tanggapan remaja sering menggunakan di Youtube

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	22	55,0%
2	Sering	13	32,5%
3	Jarang	4	10,0%
4	Tidak Pernah	1	2,5%
	Jumlah	100%	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja sering menggunakan Youtube, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 55,0% remaja menjawab sangat sering, 32,5% remaja menjawab sering, 10,0% remaja menjawab jarang, 2,5% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 7
Tanggapan remaja sering melihat video yang tidak bermanfaat di Youtube

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	8	20,0%
2	Sering	12	30,0%
3	Jarang	15	37,5%
4	Tidak Pernah	5	12,5%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja jarang melihat video yang tidak bermanfaat di Youtube, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 20,0% remaja menjawab sangat sering, 30,0% remaja menjawab sering, 37,5% remaja menjawab jarang, 12,5% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 8
Tanggapan remaja sering melihat video ceramah di youtube

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	15	37,5%
2	Sering	16	40,0%
3	Jarang	7	17,5%
4	Tidak Pernah	2	5,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja jarang melihat video ceramah di Youtube, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 37,5% remaja menjawab sangat sering, 40,0% remaja menjawab sering, 17,5% remaja menjawab jarang, 5,0% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 9
Tanggapan remaja sering mengakses line

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	0	0,0%
2	Sering	0	0,0%
3	Jarang	1	2,5%
4	Tidak Pernah	39	97,5%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja jarang menggunakan aplikasi line, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 0,0% remaja menjawab sangat sering, 0,0% remaja menjawab sering, 2,5% remaja menjawab jarang, 97,5% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 10
Tanggapan remaja sering chat dengan teman anda melalui aplikasi line

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	0	0,0%
2	Sering	0	0,0%
3	Jarang	2	5%
4	Tidak Pernah	38	95%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja jarang menggunakan aplikasi line, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 0,0% remaja menjawab sangat sering, 0,0% remaja menjawab sering, 5% remaja menjawab jarang, 95% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 11
Tanggapan remaja sering mengakses instagram

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	15	37,5%
2	Sering	10	25%
3	Jarang	5	12,5%
4	Tidak Pernah	10	25%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja sangat sering mengakses aplikasi instagram, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 37,
5% remaja menjawab sangat sering, 25% remaja menjawab sering, 12,5% remaja menjawab jarang, 25% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 12
Tanggapan remaja sering memposting foto diinstagram

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	10	25%
2	Sering	5	12,5%
3	Jarang	5	12,5%
4	Tidak Pernah	20	50%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja jarang memposting foto di aplikasi instagram, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 25% remaja menjawab sangat sering, 12,5% remaja menjawab sering, 12,5% remaja menjawab jarang, 50% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 13
Tanggapan remaja kecanduan dalam menggunakan instagram sampai lupa waktu

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	0	0,0%
2	Sering	3	7,5%
3	Jarang	13	32,5%
4	Tidak Pernah	24	60%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja Tidak pernah kecanduan dalam menggnakan aplikasi instagram, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 0,0% remaja menjawab sangat sering, 7,5% remaja menjawab sering, 32,5% remaja menjawab jarang, 60% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 14
Tanggapan remaja sering mengakses tiktok

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	21	52,5%
2	Sering	15	37,5%
3	Jarang	4	10%
4	Tidak Pernah	0	0,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja sangat sering mengakses tiktok, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 52,5% remaja menjawab sangat sering, 37,5% remaja menjawab sering, 10% remaja menjawab jarang, 0,0% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 15
Tanggapan remaja sering berjoget-joget di akun tiktok

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	3	7,5%
2	Sering	2	5%
3	Jarang	10	25%
4	Tidak Pernah	25	62,5%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja sering berjoget-joget di akun tiktok, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 7,5% remaja menjawab sangat sering, 5% remaja menjawab sering, 25% remaja menjawab jarang, 62,5% remaja menjawab tidak pernah

Tabel 16
Tanggapan remaja merasa malu jika berjoget-joget di akun tiktok

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	5	12,5%
2	Sering	3	7,5%
3	Jarang	3	7,5%
4	Tidak Pernah	29	72,5%
	Jumlah	40	100%

Tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja tidak pernah merasa malu berjoget-joget di akun tiktok, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 12,5% remaja menjawab sangat sering, 7,5% remaja menjawab sering, 7,5% remaja menjawab jarang, 72,5% remaja menjawab tidak pernah

Tabel 17
Tanggapan remaja menggunakan Tiktok 1-5 jam/hari

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	19	47,5%
2	Sering	10	25%
3	Jarang	7	17,5%
4	Tidak Pernah	4	10%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja sering menggunakan Tiktok 1-5 jam/hari, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan

terhadap 40 responden yakni 47,5% remaja menjawab sangat sering, 25% remaja menjawab sering, 17,5% remaja menjawab jarang, 10% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 18
Tanggapan remaja sering menggunakan aplikasi telegram

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	6	15,5%
2	Sering	2	5,0%
3	Jarang	18	45,0%
4	Tidak Pernah	14	35,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja jarang menggunakan aplikasi telegram, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 15,5% remaja menjawab sangat sering, 5,0% remaja menjawab sering, 45,0% remaja menjawab jarang, 35,5% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 19
Tanggapan remaja sering melihat video tidak bermanfaat

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	10	25,0%
2	Sering	13	32,5%
3	Jarang	12	30,0%
4	Tidak Pernah	5	12,5%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa remaja sangat sering melihat video tidak bermanfaat, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 25,0% remaja menjawab sangat sering, 32,5% remaja menjawab sering, 30,0% remaja menjawab jarang, 12,5% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 20
Tanggapan remaja tentang konten islami di media sosial memengaruhi perilaku dan sikap

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat mempengaruhi	18	45,0%
2	Mempengaruhi	15	37,5%
3	Cukp mempengaruhi	5	12,5%
4	Tidak mempengaruhi	2	5,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa konten islami dimedia sosial sangat memengaruhi perilaku dan sikap remaja, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 45,5% remaja menjawab sangat memengaruhi, 37,5% remaja menjawab memengaruhi, 12,5% remaja menjawab cukup memengaruhi, 5,0% remaja menjawab tidak memengaruhi.

Tabel 21
Tanggapan remaja sering menemukan konten media sosial yang bertentangan dengan nilai-nilai islam

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	12	30,0%
2	Sering	16	40,0%
3	Jarang	9	22,5%
4	Tidak Pernah	3	7,5%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa seberapa sering remaja menemukan konten media sosial yang bertentangan dengan nilai-nilai islam, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 30,0% remaja menjawab sangat sering, 40,0% remaja menjawab sering, 22,5% remaja menjawab jarang, 7,5% remaja menjawab tidak pernah.

Tabel 22
Tanggapan remaja media sosial membantu dalam memahami dan menerapkan nilai-nilai islam

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat membantu	14	35,5%
2	Membantu	18	45,0%
3	Cukup membantu	6	15,0%
4	Tidak membantu	2	5,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa media sosial membantun dalam memahami dan menerapkan nilai-nilai islam, hal ini terbukti dengan hasil

jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 35,5% remaja menjawab sangat membantu, 45,0% remaja menjawab membantu, 15,0% remaja menjawab cukup membantu, 5,0% remaja menjawab tidak membantu.

Tabel 23
Tanggapan remaja tentang dampak negatif media sosial terhadap pemahaman agama

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat khawatir	15	37,5%
2	Khawatir	17	42,5%
3	Cukup khawatir	6	15,0%
4	Tidak khawatir	2	5,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui seberapa khawatir remaja tentang dampak negatif media sosial terhadap pemahaman agama, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 37,5% remaja menjawab sangat khawatir, 42,5% remaja menjawab khawatir, 15,% remaja menjawab cukup khawatir, 5,0% remaja menjawab tidak khawatir.

Data Hasil Penyebaran Nilai-Nilai Islam Para Remaja

Tabel 24
Tanggapan remaja seberapa sering melihat konten-konten yang berkaitan dengan nilai-nilai islam di media sosial

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	20	50,0%
2	Sering	12	30,0%
3	Jarang	6	15,0%
4	Tidak Pernah	2	5,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa seberapa sering remaja melihat konten-konten yang berkaitan dengan nilai-nilai islam dimedia sosial hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 50,0% remaja yang menjawab sangat sering, 30,0% remaja yang menjawab sering, 15,0% remaja yang menjawab jarang, 5,0% remaja yang menjawab tidak pernah.

Tabel 25
Tanggapan remaja seberapa penting nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat sering	30	75,0%
2	Sering	8	20,0%
3	Jarang	2	5,0%
4	Tidak Pernah	0	0,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa seberapa penting nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari remaja hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 75,0% remaja yang menjawab sangat penting, 20,0% remaja yang menjawab penting, 5,0% remaja yang menjawab cukup penting, 0,0% remaja yang menjawab tidak penting.

Tabel 26
Tanggapan remaja tentang konten keagamaan di media sosial membantu memahami nilai-nilai islam dengan baik

No	Respon	Jumlah	%
1	Sangat membantu	16	40,0%
2	Membantu	17	42,5%
3	Cukup membantu	5	12,5%
4	Tidak membantu	2	5,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa seberapa membantu konten-konten keagamaan dimedia sosial dalam memahami nilai-nilai islam dengan baik bagi remaja hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 40,0% remaja yang menjawab sangat membantu, 42,5% remaja yang menjawab membantu, 12,5% remaja yang menjawab cukup penting, 5,0% remaja yang menjawab kurang membantu.

Tabel 27
Tanggapan remaja seberapa sering menemukan konten islami yang bermanfaat di media sosial

No	Respon	Jumlah	%

1	Sangat sering	20	50,0%
2	Sering	12	30,0%
3	Jarang	6	15,0%
4	Tidak Pernah	2	5,0%
	Jumlah	40	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa seberapa sering remaja menemukan konten-konten islami yang bermanfaat di media sosial, hal ini terbukti dengan hasil jawaban angket yang peneliti sebarkan terhadap 40 responden yakni 50,0% remaja yang menjawab sangat sering, 30,0% remaja yang menjawab sering, 15,5% remaja yang menjawab jarang, 5,0% remaja yang menjawab tidak pernah.

Hasil Analisis Data

Tabel 28 uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,19709571
Most Extreme Differences	Absolute	,108
	Positive	,066
	Negative	-,108
Test Statistic		,108
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

Sumber: Hasil output IBM SPSS 22

Berdasarkan data hasil kuesioner yang diperoleh dari responden remaja di Desa konde dan telah diolah melalui perangkat lunak statistik, diperoleh nilai probabilitas residual Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200. Nilai ini secara jelas melampaui batas signifikansi minimum sebesar 0,05 yang telah ditetapkan sebagai cut-off point dalam penentuan status normalitas residu. Artinya, dengan probabilitas sebesar 0,200 > 0,05, sisa dari model regrersi peenlitian ini terbukti menyebar secara normal. Selain itu, berdasarkan hasil uji linearitas, diketahui nilai sig.deviation from linearity 0,546 > 0,05 sehingga dikatakan terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas (penggunaan media sosial) dengan variabel terikat (nilai-nilai islam).

Tabel 29 analisis korelasi

Correlations

		Penggunaan media sosial	Nilai-nilai islam
Penggunaan media sosial	Pearson Correlation	1	-,325*
	Sig. (2-tailed)		,041
	N	40	40
Nilai-nilai islam	Pearson Correlation	-,325*	1
	Sig. (2-tailed)	,041	
	N	40	40

Sumber: Hasil output IBM SPSS 22

Tabel 30 analisis regresi linear sederhana

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80.891	1	80.891	4.474	.041[b]
	Residual	687.009	38	18.079		
	Total	767.900	39			

Sumber: Hasil output IBM SPSS 22

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa nilai Sum of Squares sebesar 80,81 dengan df (degree of freedom) 1, menunjukan variabilitas dari nilai-nilai islam yang dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan media sosial. Sementara itu pada kolom residual diperoleh Sum of Squares sebesar 687,009 dengan df 38, yang mempresentasikan variabel nilai-nilai islam yang tidak dapat dijelaskan oleh model regresi ini. Total Sum of Square sbesar 767,900 sebagai akumulasi keseluruhan variabilitas data. Nilai Mean Square untuk regresi diperoleh sebesar 80,891, sedangkan residu sebesar 18,079.

Lebih lanjut, nilai F yang diperoleh sebesar 4,474 dengan tingkat signifikansi (Sig) sebesar 0,041. Nilai signifikansi 0,041 jauh lebih kecil dari batas kritis yang telah ditetapkan, yakni 0,05, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa pengaruh media sosial terhdap nilai-nilai islam dikalangan remaja signifikan pada taraf kepercayaan 95%.

Tabel 31 uji T

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	40.103	4.847		8.274	.000
Media Sosial	-.335	.158	-.325	-2.115	.041

Sumber: Hasil output IBM SPSS 22

Berdasarkan hasil output uji t diperoleh nilai signifikansi 0,041 < 0,05 dan nilai thitung 2,115 > ttabel 0,312 maka dapat dikatakan terdapat pengaruh variabel penggunaan media sosial (X) terhadap variabel Nilai-nilai islam (Y).

Tabel 32 uji F

ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	80.891	1	80.891	4.474	.041[b]
Residual	687.009	38	18.079		
Total	767.900	39			

Sumber: Hasil output IBM SPSS 22

Berdasarkan hasil output uji F, maka diperoleh nilai signifikansi 0,041 < 0,05 sehingga dapat dikatakan behwa terdapat pengaruh variabel penggunaan media sosial (X) terhadap variabel Nilai-Nilai islam (Y).

Tabel 33 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.325[a]	.105	.082	4.252

Sumber: Hasil output IBM SPSS 22

Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,105, yang mengandung penertian bahwa variabel bebas (penggunaan media sosial) terhadap variabel terikat (nilai-nilai islam) sebesar 10,5%.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis terhadap pengaruh penggunaan media sosial pada kalangan remaja didesa konde, Kabupaten buton utara, diperoleh hasil yang menunjukan bahwa terdapat pengaru signifikan antara variabel penggunaan media sosial (X) terhadap variabel nilai-nilai islam (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji t, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,041 yang lebih kecil dari a sebesar 0,05 (0,041 < 0,05) dan nilai hitungn sebesar -2,115 yang lebih besar secara absolut dari pada nilai ttabel sebesar 0,312 (2,115 > 0,312). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan yaitu "Ada pengaruh penggunaan media sosial dikalangan remaja didesa konde kabupaten buton utara", terbukti secara benar statistic dan bersifat signifikan pada taraf kepercayaan 95%. Temuan empiris ini sejalan dengandengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuni Anggraini Siregar (2019) yang berjudul "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku remaja" yang dilaksanakan dikelurahan kantin, Kecamatan Padangsimpuan Utara, Kota Padangsimpuan. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa penggunaan media sosial dikalangan remaja berada pada kategori tinggi, yaitu sebesar 67,22%. Secara khusus, hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa perilaku remaja diwilayah tersebut secara koefisien dapat

dipengaruhi media sosial. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian Yuni Anggraini Siregar adalah metode kuantitatif dengan instrument angket yang melibatkan 36 orang remaja sebagai sampel.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh penggunaan media sosial pada kalangan remaja didesa konde, Kabupaten buton utara, diperoleh hasil yang signifikan. Hasil analisis regresi melalui uji T menunjukan bahwa variabel penggunaan media sosial (X) terhadap variabel nilai-nilai islam (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji t, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,041 yang lebih kecil dari a sebesar 0,05 (0,041 < 0,05) dan nilai hitungn sebesar -2,115 yang lebih besar secara absolut dari pada nilai ttabel sebesar 0,312 (2,115 > 0,312). Koefisien regresi yang bernilai negatif (0,335) menujukan bahwa setiap peningkatan penggunaan media sosial cenderung diikuti dengan penurunan penyebaran nilai-nilai islam dikalangan remaja, apabila variabel lain dianggap konstan. Hasil ini mempertegas bahwa hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh penggunaan media soaial terhadap penyebaran nilai-nilai islam dikalangan remaja di Desa Konde dapat diterima secara statistik dan memiliki makna secara empiris. Senada dengan penelitian diatas, penelitian lain yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Kurniawan, (2021) yang membahas mengenai "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Soaial Terhadap Internaliasi Nilai-nilai Keagamaan pada Remaja di Kota Makassar". Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara frekuensi penggunaan media sosial dan tingkat internalisasi nilai-nilai keagamaan, dimana semakin tinggi intensitas paparan media sosial maka rendahnya tingkat penghayatan dan implementasi nilai-nilai keagaan pada diri remaja.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dari penelitian serta pengujian hipotesis yang di lakukan dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial dalam penyebaran nilai-nilai islam di kalangan remaja di Desa Konde, Kabupaten Buton Utara. Hasil analisis regresi melalui uji T menunjukan bahwa variabel penggunaan media sosial (X) terhadap variabel nilai-nilai islam (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji t, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,041 yang lebih kecil dari a sebesar 0,05 (0,041 < 0,05) dan nilai hitungn sebesar -2,115 yang lebih besar secara absolut dari pada nilai ttabel sebesar 0,312 (2,115 > 0,312).

V. DAFTAR PUSTAKA

A'yun, Q. (2018). *Materi Pendidikan Akhlak Menurut Syeikh Umar Baradja Dalam Kitab Al-Akhlak Lil-Banaat*. UIN Raden Intan Lampung.

Abdurrahman, M. (2016). *Akhlak menjadi seorang muslim Berakhlak Mulia*.

Chintya, A., & Khoiriyah, L. (2017). Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Akhlak Mahasiswa Di Kota Metro: Menilik Penggunaan Media Sosial di Perguruan Tinggi Agama Kota Metro Lampung. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, *1*(2), 131–142.

Daulay, H. P. (2016). Pemberdayaan Pendidikan Agama Islam di Sekolah. *Ebook (Diakses 24 Maret 2024)*.

Fitri, S. (2017). Dampak positif dan negatif sosial media terhadap perubahan sosial anak: dampak positif dan negatif sosial media terhadap perubahan sosial anak. *Naturalistic: Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, *1*(2), 118–123.

Hawae, M. N., Yusron, M., & Abidin, Z. (2015). *Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Al-Qur'an (Surat Al-Baqarah Ayat 132-133, Surat Maryam Ayat*

27-33, Dan Surat Yusuf Ayat 4-8). Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, *3*(1), 71–80.

Putri, J. R. M. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Remaja di Desa Gaya Baru Lampung Tengah*. IAIN Metro.

Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Ks*, *3*(1).

Rahmawati, & Kurniawan. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Soaial Terhadap Internaliasi Nilai-nilai Keagamaan pada Remaja di Kota Makassar. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, *8*(2), 227–247.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.