

PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA

(Studi Pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)

¹Reni Ferlitasari

²Suhandi

³Ellya Rosana

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang diberikan media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan penyebaran angket. Metode analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas, uji koefisien regresi linear sederhana dan uji hipotesis menggunakan uji determinasi atau R^2 . Kemudian pengolahan datanya menggunakan aplikasi SPSS *for windows* 18. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial *Instagram* memberikan pengaruh kepada remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung lewat penggunaan fitur-fitur yang disajikan, sehingga dengan adanya media sosial *Instagram* remaja rohis dapat terpengaruh dalam perilaku sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai keislaman melalui memanfaatkan fitur *hashtag* (#), *mentions*, *follow*, *like* & komentar. Berdasarkan uji determinasi atau R^2 pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja adalah sebesar 11,9% itu berarti perilaku keagamaan remaja dapat dijelaskan oleh penggunaan konten atau fitur dari media sosial *Instagram*. Oleh karena itu remaja harus cerdas dalam penggunaan media sosial *Instagram*, dengan berbagai macam fitur yang dapat digunakan jadikanlah *Instagram* sebagai bahan dakwah.

Kata kunci: Media sosial *Instagram*, pemanfaatan fitur, Perilaku Keagamaan Remaja

Pendahuluan

Globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan. Globalisasi diartikan sebagai proses yang menghasilkan dunia tunggal.¹ Dengan berkembangnya bidang komunikasi dan transportasi, dunia mengalami era globalisasi. Era dimana informasi seluruh dunia terbuka untuk semua orang. Perlu diketahui dalam derasnya arus Globalisasi saat ini, terdapat dampak positif dan negatif, dengan kata lain globalisasi menimbulkan bahaya dan harapan.²

¹ Setiadi, elly M dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi Dan Pemecahnya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), Hlm. 686

² *Ibid*,

Dampak globalisasi yang nampak adalah teknologi yang semakin canggih, segala sesuatu yang dibutuhkan dengan mudah didapat. Contoh saja *handphone* yang dengan mudahnya didapat dengan kualitas terjamin dan harga terjangkau, Bahkan setiap hari selalu ada perubahan dan penambahan versi-versi terbaru. Teknologi dan Informasi di Indonesia semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Penggunaan media internet pun semakin berkembang dan meningkat. Pertumbuhan tersebut di dukung oleh berkembangnya penggunaan perangkat *mobile* khususnya *smartphone*. Perkembangan teknologi tersebut tidak hanya berkembang di kota-kota besar saja namun juga sudah merambah ke kota kecil bahkan ke pedesaan. Internet tidak hanya digunakan sebagai media berinteraksi dan komunikasi namun juga sebagai media promosi untuk menawarkan sebuah produk dan menampilkan tren masa kini yang sedang berkembang. Salah satu bagian dari internet adalah media sosial.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.³

Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat *web page* pribadi dan terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Sangat mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi seseorang dalam membuat akun di media sosial.⁴

Pesatnya perkembangan media sosial juga dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Para pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan jaringan internet tanpa biaya yang besar dan dapat dilakukan sendiri dengan mudah.⁵ Media sosial memang menawarkan banyak kemudahan yang membuat para penggunanya betah berlama-lama berselancar di dunia maya. Para pengguna media sosial pun dapat dengan bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya tanpa rasa khawatir, tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Pengguna media sosial yang paling dominan atau banyak adalah oleh kalangan remaja. Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja antara lain; *Facebook*, *Twitter*, *Path*, *Youtube*, *Instagram*, *Kaskus*, *LINE*, *Whatsapp*, *Blackberry Messenger*. Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam

³ Irwan Sahaja, *Loc. cit.*

⁴ Mandoteck, "Pengaruh Media Sosial di Kalangan Remaja", diakses dari <https://mandhoteck.wordpress.com/2016/02/21/makalah-tugas-bahasa-indonesia-pengaruh-media-sosial-di-kalangan-remaja/> pada tanggal 21 Februari 2016.

⁵ *Ibid*,

menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki.⁶ Namun yang paling populer di masa sekarang adalah media sosial instagram.

Instagram merupakan media sosial yang paling populer, popularitas instagram kian menjulang, seiring dengan meningkatnya jumlah penggunanya. Menurut CEO Instagram, Kevin Systrom, jumlah pengguna aplikasi tersebut sudah mencapai 700 juta, dengan peningkatan 100 juta pengguna dalam waktu 4 bulan.⁷ Dengan pengguna terbanyak adalah kalangan remaja, termasuk remaja di SMA Perintis 1 Bandar Lampung.

Remaja pada hakikatnya sedang berjuang untuk menemukan dirinya sendiri, jika dihadapkan pada keadaan luar atau lingkungan yang kurang serasi penuh kontradiksi dan labil, maka akan mudahlah mereka jatuh kepada kesengsaraan batin, hidup penuh kecemasan, ketidakpastian dan kebimbangan. Hal seperti ini telah menyebabkan remaja-remaja Indonesia jatuh pada kelainan-kelainan kelakuan yang membawa bahaya terhadap dirinya sendiri baik sekarang, maupun di kemudian hari.⁸

Remaja adalah kondisi dimana kejiwaan manusia akan mengalami banyak gejolak dari dunia luar yang dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap dirinya, dengan pada dasarnya remaja sudah memiliki sifat mudah terpengaruh, suka meniru dan ingin dianggap super dan paling hebat, semakin membuat langkah yang dilakukan tanpa memikirkan resiko dan bahkan menjurus pada suatu perbuatan yang melanggar norma agama.

Perilaku remaja saat ini cenderung mendekati perilaku yang negatif tidak memungkiri karena semakin berkembangnya era globalisasi gaya hidup dan perilaku remaja saat ini, di dalam sebuah pergaulan remaja sudah tercampur dengan gaya pergaulan dari luar, alhasil banyak kebudayaan kita tidak menjadi tradisi di kalangan remaja. kebudayaan yang berasal dari luar negeri sering kali tidak mendapatkan filterisasi terlebih dahulu. Akibatnya banyak kebudayaan Indonesia yang luntur dan terlupakan oleh anak muda penerus bangsa. Para remaja lebih memilih kebudayaan asing tanpa memilah dan memilih yang baik atau buruk. Contohnya saja, kehidupan bebas remaja yang membuat was-was para orang tua, berpacaran dengan mesra di depan umum dan lain-lain, menurut remaja jaman sekarang di anggap menjadi kebiasaan, namun kebiasaan itu telah di campur tangankan dengan pergaulan di negara lain yang pergaulan di luar menganut pergaulan bebas.

Perilaku remaja melalui *Instagram* biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-temannya. Mereka beranggapan semakin aktif seorang remaja di media sosial dalam hal ini instagram maka mereka semakin dianggap keren dan gaul. Namun bagi kalangan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan jaman, dan kurang bergaul. *Mindset* seperti inilah yang membuat remaja berperilaku jauh dari hal keagamaan bahkan tanpa memikirkan nilai-nilai Keislamannya. Perilaku remaja yang mencerminkan nilai-nilai

⁶ Sedulur, 2012: <http://sedulur-kabeh.blogspot.com>, diunduh 1 september 2014).

⁷ M.liputan6.com

⁸ Sri Rumini & Siti Sundari. *Perkembangan Anak & Remaja*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004) h. 53

Keislaman seperti beribadah kepada Allah SWT, tidak membohongi orang tua hanya untuk eksistensi, tidak menjerumuskan diri sendiri hanya untuk memenuhi kebutuhan (*Life-Style*), dan menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangannya dalam kehidupan sehari-hari.

Islam sebagai suatu agama yang sempurna tentunya mengajarkan sistem kehidupan yang berisi tata nilai, norma dan kaidah-kaidah yang mengatur pola kehidupan segenap umat manusia. Islam mengajarkan ajaran yang manusiawi, adil, inklusif dan egaliter yang didasari secara *strict* oleh paham Ketuhanan Yang Maha Esa (tauhid) dan etika.⁹ Islam juga merupakan ajaran yang bersifat universal dan ditegaskan dalam Al-Qur'an bahwa agama itu berlaku untuk seluruh alam raya, termasuk untuk seluruh umat manusia.¹⁰

Agama Islam juga agama yang berpegang pada nilai akal.¹¹ Ini berarti sebagai umat yang dikarunia akal, manusia harus senantiasa mempergunakan segenap potensi akal guna mencapai tujuan hidup yang berlandaskan aturan syariat Islam. Bukankah Al-Qur'an berulang kali menyuruh umat Islam untuk berpikir menggali ayat-ayat Allah dengan kekuatan nalar? Tanpa pengetahuan yang luas, tanpa pemikiran rasional, maka banyak sekali ayat-ayat Al-Qur'an yang tidak bisa dipahami dan kebesaran Allah tidak terlihat.¹² Umat diharuskan berpikir kritis demi kemajuan hidup di segala bidang, terlebih pada pemberdayaan umat dan aspek sosial. Namun dalam menjalankan kehidupan bermasyarakat haruslah memperhatikan masalah akhlak yang merupakan hal terpenting dari ajaran Islam. Akhlaklah yang membuat manusia menjadi umat yang sesungguhnya, yaitu umat yang menampilkan wajah Islam yang indah.

Prinsip Islam yang berisi ajaran manusiawi dan universal, tentu dalam aspek praktisnya harus mengedepankan ukhuwah dan persatuan di kalangan umatnya. Hal inilah yang dipraktekkan Rasulullah dalam usahanya menegakkan Islam. Rasulullah merupakan sosok yang berhasil mengubah cara pergaulan hidup manusia. Hal ini diwujudkan dalam mengubah masyarakat Arab yang ketika itu berada pada keadaan jahiliyah hingga menjadi masyarakat yang mampu mengubah peradaban dunia. Dalam menjalankan revolusi¹³ tersebut, Rasulullah tidak melupakan asas-asas demokratis tentang persamaan dan persaudaraan, demikian halnya dengan asas-asas sosial.¹⁴ Hal yang sama juga dilakukan oleh SMA perintis 1 Bandar Lampung dengan menciptakan ekstrakurikuler yang berwarna islami yaitu Rohis.

⁹ Nurcholish Madjid, *Islam Agama Kemanusiaan: Membangun Tradisi dan Visi Baru Islam Indonesia* (Jakarta: Paramadina, 2003) h. vi

¹⁰ Ada banyak ayat-ayat Qur'an yang menegaskan tentang keuniversalan ajaran Islam seperti dalam QS. As Saba/ 34: 28 dan juga QS. Al Anbiya/ 21: 107.

¹¹ Rafy Sapuri, *Psikologi Islam: Tuntunan Jiwa Manusia Modern* (Jakarta: Rajawali Press, 2009) h. 8

¹² Nurcholish Madjid, *Op.cit.*, h. x

¹³ Penulis menggunakan istilah revolusi karena menurut penulis, apa yang telah dilakukan Rasulullah dalam menegakkan Islam merupakan perubahan besar dan menyeluruh menyangkut segala aspek kehidupan masyarakat Arab saat itu.

¹⁴ HOS. Tjokroaminoto, *Islam dan Sosialisme* (Bandung: Segi Arsy, 2008) h. 25

Menurut Koesmarwanti dan Nugroho Widiyantoro, kata “kerohanian Islam” ini sering disebut dengan istilah “Rohis” yang berarti sebagai suatu wadah besar yang dimiliki oleh siswa untuk menjalankan aktivitas dakwah di sekolah.¹⁵ Ekstrakurikuler Rohis adalah sekumpulan orang-orang atau kelompok orang atau wadah tertentu untuk mencapai tujuan atau cita-cita yang sama dalam badan kerohanian sehingga manusia yang tergabung di dalamnya dapat mengembangkan diri berdasarkan konsep nilai-nilai keislaman dan mendapatkan siraman kerohanian. Rohis adalah organisasi yang terdapat pada sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas. Tujuan dari organisasi ini di semua sekolah sama yaitu untuk mengantarkan individu mengenal, mencintai dan berjumpa dengan esensi diri dan citra diri serta dzat yang Maha Suci yaitu Allah swt.¹⁶ Membantu individu memelihara dan mengembangkan situasi dan kondisi yang baik atau yang telah baik agar tetap baik atau menjadi lebih baik, sehingga tidak akan menjadi sumber masalah bagi dirinya dan orang lain.¹⁷ Menuntun seseorang dalam rangka memelihara dan meningkatkan kualitas keagamaannya baik ibadah mahdhah maupun ghairu mahdhah. Diadakannya ekstrakurikuler rohish di SMA Perintis 1 Bandar Lampung diharapkan mampu membawa perubahan yang baik terhadap akhlak remaja dibawah pengaruh media sosial instagram tersebut.

Metode

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan penyebaran angket. Metode analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas, uji koefisien regresi linear sederhana dan uji hipotesis menggunakan uji determinasi atau R^2 . Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proporsional random sampling*. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 35 responden dengan kriteria remaja rohish yang mengakses media sosial *Instagram* dengan remaja yang terdiri dari kelas X hingga XII yang tergabung dengan rohish. Indikator yang digunakan dalam penelitian dengan skala instagram yaitu *hashtag* (#), *mentions*, *follow*, *like* & komentar dan skala perilaku keagamaan dengan indikator dimensi ritual, dimensi sosial dan dimensi intelektual. Kemudian pengolahan datanya menggunakan aplikasi *SPSS for windows 18*.

Pembahasan dan Hasil

Pelaksanaan penelitian dilakukan peneliti dari tanggal 26 maret-27 april 2018 karena peneliti tidak hanya menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data tetapi juga observasi dan wawancara terhadap pihak sekolah yang berkaitan langsung dengan ekstrakurikuler rohish seperti kepala TU, wakakurikulum siswa dan pembina rohish. Peneliti menggunakan observasi karena objek yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah remaja dengan segala macam tingkatan emosional yang berbeda yang dikhawatirkan akan terjadinya penolakan ketika langsung pada tahap kuesioner, sehingga peneliti bermaksud ingin melakukan pendekatan terlebih dahulu. Kemudian, peneliti bermaksud bahwa

¹⁵ Koesmarwanti, Nugroho Widiyantoro, *Dakwah Sekolah di Era Baru*, (Solo: Era Inter Media, 2000) h. 124

¹⁶ Handani Bajtan Adz-Dzaky, *Konseling dan Psikoterapi Islam*, (Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru, 2002) h. 18

¹⁷ Ainur Rohim Faqih, *Bimbingan dan Konseling dalam Islam*, (Yogyakarta: UII Press, 2001) h. 36

penelitian ini tidak hanya pada tahap pengukuran berpengaruh atau tidaknya tetapi lebih kepada tahap implikasi.

1. Uji Coba Skala

Tujuan dari uji coba skala adalah untuk mengetahui kelayakan dari item-item yang digunakan dalam penelitian ini, yang dalam hal penelitian ini adalah item-item dari pengaruh media sosial *instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja. Selain itu, uji coba skala dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran umum tentang pelaksanaan penelitian yang sebenarnya. Uji coba skala dilakukan dari tanggal 23-24 April 2018 di SMA Perintis 1 Bandar Lampung tepatnya pada remaja rohis. Item pada skala dinyatakan layak apabila memenuhi standar validitas dan realibilitas yang ditetapkan dengan analisis menggunakan bantuan komputer melalui Program SPSS (*Statistical Package For Social Sciencer*) for Windows 18.

2. Hasil Uji Coba Skala

Hasil uji coba skala dalam penelitian ini yaitu pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja adalah, untuk melihat tingkat kevalidan dan realibilitasnya. Berdasarkan hasil analisis menggunakan teknik *korelasi product moment* dengan masing-masing variabel, 30 item untuk pengaruh media sosial *instagram* dan 22 item untuk perilaku keagamaan remaja adalah sebagai berikut:

2.1 Uji Realibilitas & Validitas Item Media Sosial *Instagram*

Reliability Statistics Media Sosial *Instagram*

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	30

Tabel 1.1

Validitas Pengaruh Media Sosial *Instagram*

Indikator	Aitem Semula	Aitem Gugur	Aitem Valid (No Aitem)	Koefisien Korelasi Aitem-Total
<i>Hastag (#)</i>	7	3	4 (1, 9, 23, 2, 10, 17)	0,366-0,489
<i>Mentions</i>	8	5	3 (24, 11, 15)	0,327-0,523
Mengikuti Akun Keagamaan/Islam	7	1	6 (26, 5, 20, 27, 6, 14)	0,350-0,452
<i>Like & Komentar</i>	8	4	4 (15, 22, 28, 29)	0,462-0,660
	30	13	17	0,340-0,660

Hasil analisis diatas, dapat diketahui bahwa realibilitas skala pengaruh media sosial *instagram* adalah 0.778 yang berarti bahwa tingkat skala cukup reliable. Perhitungan angket pengaruh media sosial *instagram* menggunakan teknik *korelasi product moment*

pada taraf signifikansi 5%, untuk 30 item dari skala media sosial *instagram* ada 13 item yang gugur.

Untuk melihat item mana yang tidak konsisten dalam menggambarkan respon subjek, maka kita dapat melihatnya dari kolom *corrected item-total correlation*. Bandingkan dengan r hitung, jika r hitung $>$ r table, maka item tersebut dapat diterima atau valid. Untuk hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat di lampiran.

Dalam kasus diatas, nilai r hitungnya $<$ r table 0.250 adalah aitem nomer 3, 4, 7, 9, 12, 13, 16, 18, 21, 23 maka kita dapat menghilangkan aitem tersebut. setelah dihilangkan maka nilai alpha cronbachnya menjadi 0.840, adapun yang valid bergerak 0.340 sampai dengan 0.552 untuk perhitungan lebih lanjutnya dapat dilihat dilampiran.

2.2 Uji Realibilitas & Validitas Perilaku Keagamaan Remaja

Pengujian skala perilaku keagamaan remaja dalam pengujian reliabilitas & validitas seperti dibawah ini.

Reliability Statistics Perilaku Keagamaan Remaja	
Cronbach's Alpha	N of Items
.770	22

Tabel 1.2

Validitas Perilaku Keagamaan Remaja

Indikator	Aitem Semula	Aitem Gugur	Aitem Valid (No. Aitem)	Koefisien Korelasi Item Total.
Ritual	7	3	4 (16, 2, 10, 3)	0,317-0,352
Sosial	8	3	5 (11, 18, 19, 13, 20)	0,320-0,464
Intelektual	7	4	3 (7, 14, 22)	0,350-0,540
Total	22	10	12	0,327-0,540

Hasil perhitungan menggunakan aplikasi SPSS, nilai alpha cronbach pada skala perilaku keagamaan remaja yaitu 0.770 itu artinya bahwa skala cukup reliable. dalam kasus diatas yang nilai r hitungnya kurang dari r table yaitu item nomer 1, 4, 5, 6, 8, 9, 12, 15, 17, 21 maka sepuluh item tersebut gugur atau harus dihilangkan. sementara item yang lain dapat diterima atau valid. Setelah dihilangkan aitem yang gugur maka nilai *Alpha Cronbachnya* menjadi 0.746, adapun koefisien item valid bergerak sampai 0.327 sampai dengan 0.540. Adapun lebih jelasnya dapat dilihat dilampiran.

Hasil Penelitian

1. Karakteristik Sampel

Pengambilan sampel penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *proporsional random sampling*. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 35 responden yaitu dengan kriteria remaja rohis yang mengakses media sosial *Instagram* dengan remaja yang terdiri

dari kelas X hingga XII yang tergabung dengan rohis. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

1.1 Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden Remaja Rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel. 4.3

Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	9	25,7
2	Perempuan	26	74,3%
Total		35	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin remaja rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah perempuan yaitu berjumlah 26 orang atau sebesar 74,3% dan laki-laki berjumlah 9 orang atau 25,7%. Dari keterangan data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar remaja rohis yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

1.2 Kurun waktu memiliki akun media sosial *Instagram*

Data mengenai kurun waktu memiliki akun media sosial *instagram* pada penelitian ini peneliti mengkategorikannya dalam 3 kategori yaitu 6-12 bulan, 1-2 tahun dan > 2 tahun. Adapun data responden berdasarkan kurun waktu memiliki akun media sosial *instagram* pada responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan Waktu Memiliki Akun Media Sosial *Instagram*

No	Waktu memiliki akun	Jumlah	Persentase (%)
1	6-12 bulan	2	5,7
2	1-2 tahun	6	17,1
3	>2tahun	27	77,2
Total		35	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki akun media sosial *instagram* antara 6-12 bulan berjumlah 2 orang atau sebesar 5,7%, responden yang memiliki akun media sosial *instagram* 1-2 tahun berjumlah 6 orang atau sebesar 17,1% dan responden yang memiliki akun media sosial *instagram* > 2 tahun berjumlah 27 orang atau sebesar 77,2%. Dari keterangan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden remaja rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang diambil dalam penelitian ini memiliki akun media sosial *instagram* > 2 tahun.

1.3 Waktu mengakses media sosial *Instagram*

Data mengenai waktu responden untuk mengakses media sosial *instagram* pada penelitian ini peneliti mengelompokkan menjadi empat

kategori yaitu tiap 20 menit sekali >20 kali dalam sehari dan >20menit dalam sehari. Adapun data waktu mengakses media sosial *instagram* responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan Waktu Mengakses Media Sosial *Instagram*

No	Waktu mengakses	Jumlah	Persentase (%)
1	Tiap 20 menit	11	31,4%
2	>20 kali/hari	19	54,3%
3	>20 menit/hari	5	14,3%
Total		35	100%

Berdasarkan data dari tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa waktu mengakses media sosial *instagram* yang diambil menjadi responden mayoritas memiliki waktu mengakses >20 kali dalam sehari yang berjumlah 19 orang atau sebesar 54,3% kemudian waktu mengakses media sosial *instagram* tiap 20 menit berjumlah 11 orang atau sebanyak 31.4% dan waktu mengakses media sosial *instagram* >20 menit dalam sehari berjumlah 5 orang atau sebesar 14,3%. Dari keterangan tabel menunjukkan bahwa remaja rohis SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang diambil sebagai responden sebagian besar mengakses media sosial *instagram* memiliki waktu >20 kali dalam sehari.

2. Klasifikasi Hasil Norma Skala

2.1 Norma Skala Media Sosial *Instagram*

Tabel 4.6
Klasifikasi pemanfaatan konten media sosial *Instagram*

Interval	Kategori	Frekuensi	Jumlah (%)
80 - 87	Rendah	3	9%
87 - 94	Sedang	14	40%
94 - 101	Tinggi	18	51%
Total		35	100%

Hasil analisis kemudian diklasifikasi berdasarkan kategori diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yaitu dengan persentase 51% termasuk kategori tinggi dalam memanfaatkan konten ataupun fitur dari media sosial *Instagram*, sementara itu 40% termasuk kategori sedang dalam memanfaatkan konten ataupun fitur dari media sosial *Instagram*. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa ketertarikan responden pada memanfaatkan konten ataupun fitur dari media sosial *instagram* dengan kategori tinggi sebanyak 51% artinya media sosial *Instagram* memiliki pengaruh terhadap perilaku keagamaan remaja.

2.2 Norma Skala Perilaku Keagamaan

Tabel 4.7
Klasifikasi Perilaku Keagamaan Remaja

No	Aspek	Skor Item Total	Jumlah (%)
1	Dimensi Ritual	790	33%
2	Dimensi Sosial	867	36%

3	Dimensi Intelektual	778	31%
Total		2.435	100%

Berdasarkan tabel diatas maka dapat ditarik kesimpulan, apabila dilihat dari segi perilaku keagamaan remaja yang ditinjau dengan menggunakan aspek dimensi ritual, dimensi sosial dan dimensi intelektual. Maka dimensi yang lebih cenderung terpengaruh oleh media sosial *Instagram* terhadap remaja sebagai responden di SMA Perintis 1 Bandar Lampung adalah dimensi sosial yaitu implikasi pengetahuan mereka terhadap agama dengan persentase mencapai 36% diwujudkan dengan tertermotivasi untuk lebih menghormati orangtua, tetap menjaga persaudaraan *ukhuwah islamiyah*, tidak berlebihan dalam hal dunia terutama yang sedang *trend* dikalangan remaja serta perduli terhadap sesama. Kemudian dimensi ritual hanya terpengaruh sebesar 33% dan sisanya 31% adalah dimensi intelektual.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan peneliti untuk menguji apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal. Untuk mengujinya dalam penelitian ini digunakan uji *one sample kolmogrov smirnov test* dengan bantuan komputer melalui program spss (*statistical package for social sciencer*) for windows 18. adapun hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel. 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Media Sosial <i>Instagram</i>	Perilaku Keagamaan Remaja
N		35	35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	93.37	69.66
	Std. Deviation	4.965	3.613
Most Extreme Differences	Absolute	.110	.159
	Positive	.084	.086
	Negative	-.110	-.159
Test Statistic		.110	.159
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.025 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa dari kedua variabel yaitu pengaruh media sosial *instagram* dan perilaku keagamaan remaja menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,200 untuk pengaruh media sosial *instagram* dan 0,25 untuk perilaku

keagamaan remaja artinya dari kedua variabel nilai signifikan yang dihasilkan $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4. Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan peneliti untuk mengetahui apakah dua variabel dalam penelitian ini mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila nilai signifikansi $> 0,05$. uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. untuk menguji data ini peneliti menggunakan uji *test for linearity* dengan bantuan komputer melalui program SPSS (*statistical package for social sciencer*) for windows 18. adapun hasil uji linearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
perilaku * media s	Between Groups	(Combined)	234.519	16	14.657	1.260	.316
		Linearity	52.844	1	52.844	4.543	.047
		Deviation from Linearity	181.675	15	12.112	1.041	.462
Within Groups			209.367	18	11.631		
Total			443.886	34			

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis diatas dari kedua variable diperoleh nilai signifikan sebesar 0,462 artinya dari kedua variabel nilai signifikan yang dihasilkan $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel pengaruh media sosial *instagram* dan perilaku keagamaan remaja adalah linear.

5. Uji Koefisien Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana dilakukan peneliti untuk mengetahui lebih jelas seberapa besar hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan cara memanipulasi nilainya. adapun hasil analisis uji regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	46.212	11.117		4.157	.000

media s	.251	.119	.345	2.112	.042
---------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: perilaku keagamaan remaja

Berdasarkan hasil analisis data diatas dapat diperoleh bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 46,212 + 0,251X$$

Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai constant adalah 46,212 artinya jika pengaruh media sosial *instagram* 0 maka besarnya perilaku keagamaan remaja sebesar 46,212 apabila pengaruh media sosial *instagram* mengalami peningkatan 1% maka perilaku keagamaan remaja akan mengalami peningkatan sebesar 25,1%. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara pengaruh media sosial *instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja.

Analisis Hasil Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilakukan peneliti untuk menguji dan memprediksi apakah variabel bebas yang dalam hal ini adalah pengaruh media sosial *instagram* memberikan pengaruh terhadap variabel terikat yang dalam hal ini adalah perilaku keagamaan remaja. Dalam pengujian ini peneliti uji koefisien determinasi (r^2) menggunakan teknik *korelasi product moment* dengan bantuan komputer melalui program spss (*statistical package for social sciencer*) for windows 18. adapun hasil uji hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan peneliti untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dari indikator variabel bebas yaitu media sosial *instagram* dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu perilaku keagamaan remaja. dalam analisis ini peneliti menggunakan teknik *korelasi product moment SPSS for windows 18*. adapun hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.345 ^a	.119	.092	3.442

a. Predictors: (Constant), media s

Hasil uji analisis diatas menunjukkan bahwa terdapat korelasi atau hubungan antara media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja yaitu sebesar 0,345. Sedangkan pengaruh yang diberikan oleh media sosial terhadap Perilaku keagamaan remaja ditunjukkan oleh *R Square* yaitu sebesar 11,9% artinya bahwa pengaruh variabel bebas media sosial *instagram* terhadap variabel terikat perilaku keagamaan remaja adalah sebesar 11,9% sedangkan sisanya (100%-11,9%) adalah

88,1% dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini. Artinya hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti benar.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan di SMA Perintis 1 Bandar Lampung untuk mengetahui pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja. Setelah dilakukan uji hipotesis menggunakan teknik *korelasi product moment* didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh atau hubungan antara media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja yaitu sebesar 11,9%. Maka hipotesis peneliti dapat digunakan yaitu terdapat pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja.

Hasil norma skala berdasarkan pemanfaatan konten media sosial *Instagram* adalah tingkat kategori tinggi responden terhadap media sosial *Instagram* sebesar 51% sedangkan sisanya berkategori sedang sebesar 40% dan berkategori rendah sebesar 9%. Kategori tinggi minat responden terhadap pemanfaatan konten media sosial *Instagram* tersebut diperoleh dari norma skala 94-101 dan responden yang tertarik berjumlah 18 responden dari jumlah 35 responden, sehingga diperoleh hasil 51%, nilai tersebut diperoleh seperti yang diungkapkan oleh CEO *Instagram*, Kevin Systrom bahwa pengguna terbanyak media sosial *Instagram* adalah kalangan remaja, kemudian berdasarkan teori media sosial *Instagram* yaitu *Instagram* merupakan sistem pengolahan foto dan video serta perolehan informasi yang lebih cepat dan praktis.

Informasi yang ditampilkan di Media sosial *Instagram* disetiap postingan gambar rinci dan jelas, seperti maksud dan ditujukan kepada pengguna lain melalui *mentions*, menjelaskan keterangan foto dan video dalam *caption*, bahkan pengguna dapat menyebutkan sumbernya. Kemudian yang disajikan dalam *instagram* adalah berbagai informasi termasuk tentang keIslaman. Hal ini menyebabkan media sosial *Instagram* tidak hanya sebagai segmentasi pasar atau perdagangan tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk berdakwah. Kemudian, kelebihan lain yang dimiliki adalah sistem pengolahan foto dan video yang sangat mudah, mengambil dan menyebarkan tidak hanya dalam akun media sosial *Instagram*, namun dapat dibagikan dengan akun media sosial lainnya seperti facebook dan path, melalui banyaknya fitur-fitur yang disajikan dan mudah dipahami oleh penggunaannya. Faktor berikutnya yaitu fitur yang disajikan dapat dimanfaatkan untuk berinteraksi dengan pengguna lain melalui pemanfaatan *like* & komentar karena tidak hanya mengkritik dan memberikan saran tetapi mampu menciptakan *ukhuwah islamiyah* dengan tetap menjaga silaturahmi. Kemudian, mengajak orang lain untuk menggalakkan kegiatan baksos berdasarkan informasi yang didapat di akun-akun keagamaan *Instagram* bahkan menciptakan forum belajar antar sekolah yang tidak hanya seputar ajaran keislaman tetapi pelajaran sekolah sehingga membantu perkembangan studi dan berprestasi. Fitur selanjutnya yaitu *mentions* memudahkan untuk memanggil dan menyapa pengguna lainnya untuk memberikan informasi tertentu baik dari akun kita maupun orang lain. Faktor berikutnya adalah fitur *hashtag* (#) yang dengan mudah untuk mengkategorikan dan mencari informasi-informasi yang sama sehingga memudahkan untuk menemukan foto ataupun video tentang keIslaman seperti beribadah kepada Allah SWT, menghormati orang tua, tidak berlebihan dalam hal duniawi, peduli terhadap sesama dan lain-lain baik

untuk diri sendiri maupun orang lain. Hal tersebut dapat memotivasi remaja untuk melaksanakannya.

Kategori sedang sebanyak 40% diperoleh dari norma skala media sosial *Insatgram* dengan nilai 87-94 dan responden yang menggunakan adalah 14 dari 35 responden. Kategori sedang ini diperoleh berdasarkan atas detail yang ditampilkan dalam setiap postingan foto dan video tentang keislaman kurang rinci dan jelas, sehingga membuat pengguna kurang dalam memanfaatkannya. Hal lain adalah kurangnya pemahaman remaja dalam memanfaatkan fitur-fitur media sosial *Insatgram*. Sedangkan kategori rendah sebesar 9% diperoleh dari norma skala media sosial *Instagram* dengan nilai 80-87 dan responden yang memilih hanya 3 responden dari jumlah 35 respondn dan diperoleh 9%. Hal ini juga disebabkan oleh kurangnya pemahaman remana terhadap fitur-fitur yang disajikan. fitur-fitur yang disajikan dalam media sosial *Instagram* terlalu rumit sehingga dalam perolehan informasi dianggap kurang pas.

Perilaku keagamaan remaja berdasarkan hal yang ditinjau dengan menggunkan aspek dimensi ritual, dimensi sosial dan dimensi intelektual. Maka dimensi yang lebih cenderung terpengaruh oleh media sosial *Instagram* terhadap remaja sebagai responden di SMA Perintis 1 Bandar Lampung adalah dimensi sosial yaitu implikasi pengetahuan mereka terhadap agama yaitu dengan tertermotivasi untuk lebih menghormati orangtua, tetap menjaga persaudaraan *ukhuwah islamiyah*, tidak berlebihan dalam hal dunia terutama yang sedang *trend* dikalangan remaja serta peduli terhadap sesama dengan persentase mencapai 36%. Apabila penggunaan konten ataupun fitur media sosial *Instagram* dalam menyebarluaskan foto dan video tentang keislaman semakin banyak dilakukan maka besar kemungkinan perilaku keagamaan pada remaja akan membaik yang mencerminkan nilai-nilai keislmanan seperti yang disebut peneliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Pengaruh media sosial *Instagram* terhadap perilaku keagamaan remaja (studi pada rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung) , bahwa media sosial *instagram* berfungsi memberikan pengaruh kepada remaja rohis lewat penggunaan fitur-fitur yang disajikan, sehingga dengan adanya media sosial *Instagram* remaja rohis dapat terpengaruh dalam perilaku sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai keislaman dengan memanfaatkan fitur *hashtag* (#) tidak hanya untuk menyebarluaskan foto dan video tentang keislaman tetapi untuk mencari atau mengakses berita-berita tentang keislaman di *instagram* seperti beribadah kepada Allah SWT, mengormati orang tua, tidak berlebihan dalam hal duniawi dan peduli terhadap sesama. *Mentions* tidak hanya dimanfaatkan untuk memanggil atau mencantumkan sumber informasi ketika menyebarluaskan foto dan video tentang keislaman tetapi untuk memanggil pengguna lain untuk memberikan informasi seperti foto dan video atau *caption* yang berisikan mengormati orang tua, tidak berlebihan dalam hal duniawi, peduli terhadap sesama dan lain-lain yang kita akses dari akun lain guna memotivasi pengguna lain atau yang kita panggil untuk melaksanakan hal tersebut. Kemudian, *follow* akun keagamaan islam tidak hanya menambah pengetahuan ajaran islam tetapi dimanfaatkan untuk berdakwah, dan menambah semangat serta memotivasi remaja untuk melakukan kegiatan-kegiatan sosial berdasarkan informasi yang didapat dari

mengkases akun-akun keagamaan di instagram seperti menggalakkan kegiatan baksos untuk saudara kita yang membutuhkan. Kemudian *like & komentar* tidak hanya menyukai dan memberikan kritik serta saran tetapi dimanfaatkan untuk menciptakan *ukhuwah islamiyah* dengan tetap menjalin silaturahmi antar sesama dan mengajak untuk bergabung dalam melakukan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat lainnya seperti membentuk forum untuk belajar bersama intra dan antara sekolah melakukan kajian tidak hanya seputar pengetahuan keislaman tetapi pengetahuan umum seputar pelajaran sekolah, bertukar pendapat dan wawasan sehingga membantu dalam perkembangan studi sehingga berprestasi menjadi kebanggaan orang tua.

References

- Adi, Bambang, *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita, 2015.
- Ainur Rohim Faqih, *Bimbingan dan Konseling dalam Islam*. Yogyakarta: UII Press, 2001.
- Alwi Hasan, dkk. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Nasional Balai Pustaka, 2005.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Prosedur Praktek*, Cet, Ke 03. Jakarta: Bumi Aksara, 1992.
- Beni ahmad saebani dan afifudin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Djamaluddin Ancok, Fuat Nashori Suroro, *Psikologi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Handani Bajtan Adz-Dzaky, *Konseling dan Psikoterapi Islam*. Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru, 2002.
- Hasan, Iqbal M, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta: Gahalia Indonesia, 2002.
- HOS. Tjokroaminoto, *Islam dan Sosialisme*. Bandung: Segi Arsy, 2008.
- Irawan, Prasetya, *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta, Setiawan Pers, 1999.
- Koentaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia, 1991.
- Koesmarwanti, Nugroho Widiyantoro, *Dakwah Sekolah di Era Baru*. Solo: Era Inter Media, 2000.
- Makmur, Samsuddin Abin, *Psikologi Umum*. Jakarta: CV Rajawali, 1990.
- Narbuko, Cholid dan Abu Ahmadi, *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 1991.

- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Notoatmodjo, Soekidjo. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Nurcholish Madjid, *Islam Agama Kemanusiaan: Membangun Tradisi dan Visi Baru Islam Indonesia*. Jakarta: Paramadina, 2003.
- Qadir, Abdul M, *Hukum dan Penelitian Huku*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.
- Ramayulis, *Psikologi Agama Cet IX*. Jakarta: Kalam Mulia, 2011.
- Rafy Sapuri, *Psikologi Islam: Tuntunan Jiwa Manusia Modern*. Jakarta: Rajawali Press, 2009.
- Rakhmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya, 1999.
- Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Peneliti*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sarlito, Wirawan, *Metode Penelitian Sosial*, Cet. IV PT. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- _____, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- _____, *Satistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta, 2015.
- _____, *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Setiadi, elly M dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi Dan Pemecahnya*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Sri Rumini & Siti Sundari, *Perkembangan Anak & Remaja*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Taufik Abdullah dan M. Rusli Karim, ed. *Metodologi Penelitian Agama: sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1989.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- W.J.S. Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1986.

Zakiah Darajat, *Pembinaan Remaja*. Jakarta: Bulan Bintang, 1982.

Jurnal

Aditya, R. (2015). "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru". Pekanbaru: Jom FISIP Volume 2 No 2

Agustina, "Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda" eJournal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman, 2016

Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia" *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung* (2016)

Ariestya Ayu Permata, "Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram" *Jurnal Unair* (2017).

Audah Mannan, "pembinaan moral dalam membentuk karakter remaja (studi kasus remaja peminum tuak di kelurahan suli kecamatan suli kabupaten luwu)", *Jurnal Aqidah-Ta Vol. III No. 1* (2017)

Dhita Widya Putri; Maulida De Mormes, "Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed" *The Messenger* Volume 9, No. 1(2017)

Haryanto, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi" *EduLib* (2015)

Irwan Sahaja, "Pengertian Media Sosial, Manfaat, dan Jenisnya", diakses dari <http://irwansahaja.blogspot.com/2013/05/pengertian-media-sosial-manfaat-dan.html> pada tanggal 10 Juni 2017 pukul 09:55

Kaplan, Andreas M., Haenlein, Michael "Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media". *Business Horizons* (2010).

Mandoteck, "Pengaruh Media Sosial di Kalangan Remaja", diakses dari <https://mandhoteck.wordpress.com/2016/02/21/makalah-tugas-bahasa-indonesia-pengaruh-media-sosial-di-kalangan-remaja/>

Puguh Kurniawan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh" *Kompetensi*, Vol. 11, No. 2 (2017)

Pramudyasari Nur Bintari, Cecep Darmawan, "Peran Pemuda Sebagai Penerus Tradisi Sambatan Dalam Rangka Pembentukan Karakter Gotong Royong" *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, Vol. 25, No. 1 (2016)

Rangga Aditya, “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru” Jom FISIP Volume 2 No. 2 (2015)

Skripsi Aguslianto, “Pengaruh Sosial Media Terhadap Akhlak Remaja” Fak. Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Darussalam, Banda Aceh. 2017.

Syaiful Hamali, “Karakteristik Keberagamaan Remaja Dalam Perspektif Psikologi” Al-AdYaN/Vol.XI, No.1 (2016)