



**PENGARUH MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP PERILAKU
KEAGAMAAN PEMUDA DESA BLANG PANYANG KECAMATAN
MUARA SATU LHOKSEUMAWE**

Fahrina Rasma

Mahasiswa S2 PAI IAIN Lhokseumawe

rasfa.talitha@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
Received: 3 Juni 2024	<i>the influence of the use of Youtube social media on the religious behavior of youth in Blang Panyang village. this study is located in Blang Panyang Village, Muara Satu District, Lhokseumawe City. This study uses a quantitative approach with a correlational type of research. The population in this study was 437 people using the Taro Yamane formula so that a sample size of 81 people was obtained. The sampling technique used random sampling. The data collection technique in this study used a questionnaire / questionnaire. Meanwhile, to analyze the data in this study using a simple linear regression formula. The results showed that there was a significant influence between Youtube social media on religious behavior among the youth of Blang Panyang Village, Muara Satu District, Lhokseumawe City. regression test showed a significant influence between the independent variable X (use of Youtube social media) on religious behavior among the youth of Blang Panyang village. This is evidenced by the results of the T test as seen in the coefficient table with the dependent variable Y obtained the value of t count $3.396 > t$ table 1.9904 and the significance level is $0.001 < 0.05$. the results of the F test also showed a significant effect, which can be seen from the ANOVA table, where in the F test, the dependent variable Y was obtained with a value of F count $11.534 > F$ table 3.96. and seen from the significance value is $0.01 < 0.05$, from the results of the R then the coefficient of determination of the Youtube social media variable with the religious behavior variable (R Square) is 0.271. This shows that the religious behavior of youth in Blang Panyang village is influenced by the use of Youtube social media around 27.1%.</i>
Accepted: 7 September 2024	
Published: 30 Desember 2024	
Kata Kunci: Social media, Youtube, Youth Religious Behavior	

PENDAHULUAN

Media sosial didefinisikan sebagai sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan

teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* ¹

Penggunaan media sosial mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan hasil riset dari *We Are Social* yang bekerjasama dengan *Hootsuite* yang dirilis pada Januari 2019, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 Juta Jiwa atau sebesar 56 persen dari total populasi. Hasil riset yang diterbitkan 31 Januari 2019 lalu itu memiliki durasi penelitian dari Januari 2018 hingga Januari 2019. Jumlah tersebut naik 20 persen dari survey sebelumnya di tahun 2018. ²

Salah satu jenis media sosial yang sering diakses oleh masyarakat adalah *Youtube*. *Youtube* merupakan jenis platform media sosial yang memiliki fitur-fitur upload dan download video. Platform media sosial ini dapat diakses oleh setiap orang. *Youtube* juga dapat ditujukan kepada masyarakat yang mencari informasi dengan menggunakan video yang dapat dilakukan secara langsung maupun secara siaran tertunda atau rekaman.

Pemuda adalah generasi muda yang sangat berpengaruh dalam proses pembangunan bangsa, khususnya dalam bidang ilmu agama. Pemuda selalu dijadikan tolak ukur dan harapan dalam setiap kemajuan di dalam suatu bangsa yang dapat merubah pandangan orang dan menjadi tumpuan para generasi i-generasi terdahulu untuk mengembangkan ide-ide baru yang inovatif, berwawasan luas, serta pola perilaku yang berdasarkan kepada nilai-nilai dan norma yang berlaku di dalam masyarakat.

Berdasarkan Data Global Digital Tahun 2019 yang dilakukan oleh *We Are Social* disebutkan bahwa terjadi peningkatan penggunaan media sosial dibanding tahun 2018 lalu, yang penggunaannya didominasi oleh kalangan muda di generasi Y dan Z Indonesia yakni usia antara 18 hingga 34 tahun. Riset ini dilakukan dalam rentang waktu Januari 2018 hingga Januari 2019. dalam riset terlihat bahwa penggunaan media Sosial didominasi oleh pria daripada pengguna wanita. Pengguna pria 18-24 tahun mendominasi sebesar 18 persen dibandingkan wanita

¹ Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. (Business Horizons, 2010), Hal. 59-68

² *Hootsuite (We are Social) : Indonesian Digital Report 2019*, akses : 19 November 2019

sebesar 15 persen. Sementara untuk usia 25-34 tahun, pria tetap mendominasi dengan 19 persen dan wanita 14 persen dari total pengguna.³

Hasil Susenas BPS Tahun 2018, Indonesia adalah rumah bagi 63,82 juta jiwa pemuda, jumlah tersebut merupakan seperempat dari total penduduk Indonesia (Statistik Pemuda BPS, 2018). Diantara jumlah tersebut, jumlah pemuda dominan berada di perdesaan daripada diperkotaan, dan jumlah antara pemuda laki-laki dan pemuda perempuan pun tidak terlalu memiliki perbedaan jumlah signifikan sebagaimana beberapa dekade lalu jumlah perempuan yang lebih besar dibandingkan jumlah laki-laki.⁴ Dengan demikian, Pemuda memegang peranan penting dalam kemajuan teknologi suatu negara. Hal ini dikarenakan generasi muda merupakan tolak ukur dari keberhasilan penerapan dan perkembangan teknologi, khususnya dalam bermedia sosial.

Media sosial *Youtube* saat ini merupakan sarana informasi yang tak terbatas dan mudah didapatkan dengan menyajikan beragam konten-konten video yang dapat dijadikan sebagai sarana belajar, menambah ilmu, hiburan dan lainnya. Berdasarkan observasi awal peneliti, penggunaan media sosial *Youtube* berfungsi dengan baik bagi kalangan Pemuda di desa Blang Panyang ini, hal ini ditandai dengan penggunaan internet, terutama *Youtube* dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan juga digunakan sebagai media edukasi terutama tentang keagamaan. Penggunaan media sosial tersebut memberikan kemudahan bagi pemuda yang mengakses untuk mencari materi tentang agama islam⁵

Perilaku keagamaan adalah perilaku atau tingkah laku seseorang yang diwujudkan dengan perbuatan dan menjadi kebiasaan dalam rangka menjalankan ajaran agama yang didasari Al-Qur'an dan Al-Hadits.⁶ Dengan demikian, perilaku keagamaan merupakan seluruh aktivitas anggota tubuh

³ Hootsuite (*We are Social*) : Indonesian Digital Report 2019, akses : 19 November 2019

⁴ Amar ahmad dan Nurhidaya, "Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial" *Avand Garde Vol. 08. No. 02, Desember 2020.*

⁵ Observasi dan wawancara awal (10 Desember 2019)

⁶ Subyantoro, *Pelaksanaan Pendidikan Agama*, (Semarang: Balai Penelitian dan Pengembangan Agama, 2010), hlm. 46

manusia yang berdasarkan syariat islam atau ibadah dalam arti yang luas baik yang berbentuk horizontal antara sesama makhluk maupun yang vertikal antara manusia dan Allah SWT.

Semakin berkembangnya intensitas penggunaan media sosial, tentu dapat membawa permasalahan yang baru, salah satunya adalah perubahan perilaku, yaitu perilaku keagamaan. Berdasarkan observasi awal peneliti, fenomena penggunaan internet khususnya media sosial *Youtube* yang sedang terjadi saat ini berdampak terhadap perubahan perilaku keagamaan di kalangan Pemuda Desa Blang Panyang, yang semula positif menjadi negatif contohnya lalai dalam melaksanakan ibadah, perubahan tata krama, dan lebih memilih menghabiskan waktu di tempat yang memiliki akses *wifi* gratis, seperti kios-kios kecil, warung kopi, dan sarana publik lainnya di kawasan desa Blang Panyang. Selain itu, kurangnya bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya, dikarenakan mereka cenderung terlalu fokus kepada penggunaan media sosial, sehingga menjadi lupa waktu⁷

Berdasarkan uraian dari fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah dengan judul penelitian "Pengaruh Media Sosial *Youtube* Terhadap Perilaku Keagamaan Pemuda Desa Blang Panyang Kecamatan Muara Satu Lhokseumawe "

Media sosial sendiri didefinisikan 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. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai " sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated*

⁷ Observasi dan wawancara awal (15 Desember 2019)

content".⁸ Diperkirakan yang akan menjadi tren adalah 3S, yakni *Social, Share, and Speed*.⁹

Klasifikasi media sosial dibagi menjadi 6 (enam) bagian, yaitu :¹⁰

Proyek kolaborasi (*Collaborative projects*), Proyek kolaborasi merupakan bentuk demokrasi dari media sosial dimana banyak pengguna internet dapat berkolaborasi untuk menambahkan, mengubah, ataupun menghapus informasi dalam *wiki*, yaitu situs yang menyediakan layanan bagi pengguna atau pembaca untuk melakukan perubahan-perubahan tersebut. Contohnya adalah wikipedia.

Blog (*Blogs*), Blog adalah salah satu bentuk media sosial terlama yang memperbolehkan penggunanya menulis entri baru berdasarkan urutan waktu penulisan. Blog telah lama digunakan oleh banyak orang dan memiliki fungsi yang beragam untuk masyarakat. Contohnya adalah Wordpress

Konten Komunitas (*Content Community*), Konten komunitas merupakan media sosial yang tujuan utamanya untuk menampung konten dari pengguna dan membaginya ke pengguna yang lainnya. Contohnya adalah *Youtube* untuk berbagi video.

Dunia Game Virtual (*Virtual Game Worlds*), Dunia Game Virtual tentu berkaitan dengan Game Online dimana pemain memiliki profil dan karakter sendiri di dunia game tersebut. Karakter tersebut dapat berkomunikasi dengan karakter lainnya. Contohnya adalah game online *World of Warcraft, PUBG*, dan lainnya

Dunia Sosial Virtual (*Virtual Social Worlds*), Dunia Sosial Virtual hampir sama dengan Dunia Game Virtual hanya saja dengan tujuan murni untuk membangun "kehidupan" lain di luar kehidupan nyata, dengan aspek yang

⁸ Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". (Business Horizons, 2010), hal. 59-68

⁹ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung : Penerbit Nuansa Cendekia, 2014) hal. 103-104

¹⁰ Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, "Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", (Business Horizons, 53, 2010) hal. 59-68

sama seperti dunia nyata hanya saja pengguna dapat berperan sebagai orang lain. Contohnya adalah *Second Life*.

Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Sites*), Situs jejaring sosial adalah tempat dimana setiap pengguna memiliki profil yang berisi informasi pribadi dan dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya melalui profil tersebut. Antar pengguna juga dapat melakukan chatting atau mengirim pesan teks, gambar, suara, maupun video. Contohnya adalah *Facebook*, *Friendster*, dan *MySpace*.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dari klasifikasi media sosial yang telah disebutkan, maka *Youtube* berada pada klasifikasi jenis konten komunitas (*Content Community*).

Youtube

Youtube adalah situs portal video yang sering diakses para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagi video (*video sharing*) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang mengklik video tersebut. *User* yang telah mendaftar bisa mengupload video miliknya ke server *Youtube* agar dapat dilihat oleh khalayak internet di seluruh dunia.¹¹

Youtube memang belum lama berada di dunia internet karena baru didirikan pada tahun 2005 oleh tiga sekawan mantan karyawan PayPal yang merupakan perusahaan pembayaran transaksi melalui internet. Kemudian pada tanggal 13 November 2006 Google membeli situs tersebut dengan harga 1,65 triliun Dolar. *Youtube* memang sangat populer. Fenomenanya dapat dikatakan mirip blog. Apabila blog merupakan buku harian online, *youtube* adalah video harian online atau vlog (*video log*).¹²

Berikut ini terdapat beberapa karakteristik dari *Youtube* yaitu :¹³

¹¹ Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri Youtube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*, (Jakarta : Elexmedia Komputindo, 2008) Hal. 1

¹² *Ibid*, hal 2.

¹³ Fatty Faiqah, Muh. Nadjib dan Andi Subhan Amir, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar vidgram*, dalam Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol.5 (2016) Hal. 260-261

Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan *youtube* dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi minimal waktu semisal *instagram*, *snapchat*, dan sebagainya.

Sistem pengamanan yang mulai akurat. *Youtube* membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung SARA, ilegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video. Berbayar. Saat ini seperti yang sedang menjadi viral dimana-mana, *youtube* memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke *youtube* dan mendapatkan minimal 1000 *viewers* atau penonton maka akan diberikan honorarium (Theoldman, 2011). Sistem *offline*. *Youtube* mempunyai fitur baru bagi para pengguna sistem ini memudahkan para pengguna untuk menonton videonya pada saat *offline*, tetapi sebelumnya video harus di download terlebih dahulu.

Tersedia editor sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.

Perilaku Keagamaan

Perilaku keagamaan adalah tingkah laku yang didasarkan atas kesadaran tentang adanya zat yang maha kuasa misalnya, shalat, zakat, puasa, dan sebagainya.¹⁴ Perilaku keagamaan merupakan pernyataan atau ekspresi kehidupan kejiwaan manusia yang dapat diukur, dihitung, dan dipelajari yang diwujudkan dalam bentuk kata-kata, perbuatan atau tindakan jasmaniah yang berkaitan dengan pengalaman ajaran agama islam.¹⁵ Maka dapat disimpulkan bahwa perilaku keagamaan merupakan tingkah laku yang didasarkan kepada kesadaran individu yang dapat ditafsirkan dan dihitung yang diwujudkan dalam tindakan dalam kehidupan sehari-hari yang berhubungan dengan ajaran agama, yaitu ajaran agama islam.

¹⁴ Mursal H.M. Taher, *Kamus Ilmu Jiwa dan Pendidikan*, (Bandung : Al Ma'arif, 1977), hal. 121

¹⁵ Abdul Aziz Ahyadi, *Psikologi Agama Kepribadian Muslim Pancasila*, (Jakarta : Sinar Baru, 1988), Hal.28

Untuk mengukur perilaku keagamaan seseorang, dapat dilihat dalam beberapa dimensi keagamaan dalam agama islam, yaitu :¹⁶

Dimensi keagamaan atau akidah islam menunjuk kepada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama yang bersifat fundamental dan dogmatik.

Dimensi Peribadatan atau Syari'ah menunjuk kepada seberapa tingkat kepatuhan muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana disuruh dan dianjurkan oleh agamanya.

Dimensi Pengamalan (akhlak) menunjuk kepada seberapa tingkatan muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berinteraksi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain.

Maka dengan demikian, dalam penelitian ini perilaku keagamaan yang akan menjadi fokus penelitian adalah perilaku keagamaan dalam dimensi peribadatan/syari'ah dan dimensi akhlak. Perilaku keagamaan dalam dimensi peribadatan/syari'ah adalah kegiatan ritual keagamaan (*ubudiah*) yang dilakukan oleh pemuda, seperti shalat fardhu berjamaah, membaca AlQur'an, mengikuti kajian keagamaan dan lainnya. Adapun perilaku keagamaan dalam dimensi pengamalan (akhlak) adalah perilaku pemuda ketika berinteraksi dengan sekitarnya dalam kehidupan sosial, seperti tutur kata, sopan santun, menghormati yang lebih tua, suka menolong dan lain sebagainya. Sedangkan untuk dimensi keyakinan tidak dijadikan sebagai fokus penelitian disebabkan karena asumsi dari dimensi ini memiliki kesulitan untuk diukur secara nyata.

Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori kultivasi, meskipun teori ini memfokuskan kepada terpaan media elektronik yaitu televisi, namun teori ini merupakan teori yang dapat digunakan untuk menganalisis efek dari terpaan internet. Hal ini disebabkan karena internet khususnya media sosial

¹⁶ Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1994), Hal. 80

Youtube dan televisi sama-sama ditampilkan dalam bentuk audio visual yang mengandalkan indera penglihatan dan pendengaran. Sehingga peneliti menggunakan teori kultivasi ini untuk melihat seperti apa perilaku keagamaan yang terbentuk oleh terpaan dan penggunaan media sosial *Youtube*.

Teori kultivasi merupakan teori yang dikembangkan oleh Gorge Gerbner. Teori ini menjelaskan mengenai pengaruh yang ditimbulkan dari menonton televisi. Lebih dari itu, teori ini menjelaskan mengenai pembentukan persepsi, pengertian, dan kepercayaan terhadap dunia sebagai hasil mengonsumsi pesan media dalam jangka waktu yang panjang. Menurut Gerbner, media massa khususnya televisi menyebabkan timbulnya kepercayaan seseorang terhadap realita yang dibangun oleh massa tersebut. Di samping itu, Gerbner juga menyatakan bahwa televisi dipandang sebagai kekuatan dominan dalam membentuk masyarakat modern.¹⁷

Asumsi dasar teori kultivasi yang dikemukakan oleh George Gerbner adalah sebagai berikut : ¹⁸

TV adalah media yang sangat berbeda, Pada asumsi dasar yang pertama ini, Gerbner menekankan pada kekuatan televisi dibandingkan dengan media lainnya. Televisi memiliki akses yang lebih luas untuk menjangkau masyarakat dari yang termuda sampai yang tertua, juga untuk masyarakat pedesaan dan perkotaan. Televisi merupakan media audio-visual yang tidak hanya suara atau gambar saja tetapi keduanya dimiliki televisi untuk dapat memudahkan seseorang menerima informasi.

TV membentuk cara masyarakat berpikir dan berinteraksi, Televisi dalam teori kultivasi ini menjadi media yang dapat mempengaruhi pemikiran seseorang. Realita yang ditampilkan dalam televisi dapat mempengaruhi cara masyarakat berpikir bahwa apa yang ditampilkan merupakan sesuatu yang sesuai dengan kehidupan nyata. Dengan demikian televisi dapat menjadi tolok ukur masyarakat dalam berpikir dan bertindak.

¹⁷ Morrison, MA. *Teori Komunikasi Massa* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010) hal. 106

¹⁸ *Ibid*, hal. 107

Pengaruh TV bersifat terbatas, Gerbner menjelaskan bahwa pengaruh terbatas televisi seperti analogi zaman es (*ice age analogy*) dimana perubahan temperatur rata-rata beberapa derajat celcius lebih rendah dapat membawa bumi kembali ke zaman es. Begitu pula pengaruh televisi yang walaupun kecil tetapi luas dan terus menerus mampu membuat perbedaan yang cukup signifikan pada masyarakat. Dalam hal ini efek yang diterima audien akan dipengaruhi oleh intensitas menontonnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional, karena dalam penelitian ini melibatkan pengumpulan data untuk menentukan apakah dan apa dalam suatu hubungan antara dua variabel atau lebih yang dapat dikuantitatifkan.¹⁹

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner dengan model skala likert dalam bentuk ceklis. Populasi dalam penelitian ini adalah Pemuda di Desa Blang Panyang Kecamatan Muara Satu, Lhokseumawe yang berusia dari 17 Tahun sampai 40 Tahun dan jumlah keseluruhan populasi adalah 437 orang. Teknik pengambilan sampel yaitu sampel random sederhana (*simple random sampling*). Apabila subjek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua, sedangkan untuk subjek yang lebih dari 100, maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%.²⁰ Karena populasi dalam penelitian ini lebih dari 100 (sekitar 437 orang), maka sampel yang diambil sebanyak 10% dari jumlah populasi, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 81 orang.

¹⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analisis Statistik*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), Hal. 31.

²⁰ Arikunto. S. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini adalah merupakan jawaban dari angket/kuesioner yang telah disebarikan kepada responden, yaitu pemuda di desa Blang Panyang Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe yang menjadi sampel dalam penelitian ini. 81 (delapan puluh satu) responden ini adalah responden yang berdomisili di Desa Blang Panyang. hasil penelitian ini kemudian dijadikan acuan untuk menarik kesimpulan. maka, hasil uji regresi sederhana dalam penelitian ini adalah :

tabel 1.1.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	37.384	3.497		10.689	.000
Penggunaan Media Sosial Youtube	.337	.099	.357	3.396	.001

a. Dependent Variable: Perilaku Keagamaan

Hasil Uji T antara variabel X terhadap Variabel Y

Hasil uji T yaitu pengaruh Penggunaan media sosial *Youtube* (variabel X) terhadap perilaku keagamaan (variable Y) seperti tertera pada tabel diatas bahwa nilai signifikansinya adalah 0,001 berarti lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig.} = 0,00 < 0,05$) dan nilai t-hitung adalah 3,396 lebih besar dari nilai t-tabel ($T_{table} = t(a/2; n-k-1)$) yaitu 1,99045. ($t_{\text{hitung}} 3,396 > t_{\text{tabel}} 1,99045$), maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial *Youtube* berpengaruh terhadap perilaku keagamaan pemuda di desa Blang Panyang, Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe. Dengan demikian hipotesis alternatif (H_a) pertama diterima yang menyatakan bahwa terdapat

pengaruh yang signifikan antara Penggunaan media sosial *Youtube* terhadap perilaku keagamaan dan hipotesis nol (H0) pertama yang menyatakan tidak terdapat pengaruh Penggunaan media sosial *Youtube* terhadap perilaku keagamaan ditolak.

Dari tabel diatas terlihat nilai koefisiensi regresi sebesar 0,337 ini menyatakan bahwa peningkatan penggunaan media sosial *Youtube* terhadap perilaku keagamaandi kalangan pemuda desa Blang Panyang sebesar 0,337. Demikian juga sebaliknya penurunan penggunaan media sosial *Youtube* dapat mengurangi perilaku keagamaan sebesar 0,337. Persamaan regresi menjadi $Y = 37,384 + 0,337 X$.

tabel 1.2.

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	145.775	1	145.775	11.534	.001 ^a
Residual	998.447	79	12.639		
Total	1144.222	80			

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media

Sosial Youtube

b. Dependent Variable: Perilaku

Keagamaan

Hasil uji F variabel X terhadap Y

Hasil uji F variabel X (Penggunaan Media Sosial *Youtube*) terhadap variabel Y (Perilaku Keagamaan) dapat dilihat pada tabel ANOVA diatas, dimana nilai signifikansi adalah 0,01 lebih kecil dari 0,05 (sig < 0,05 dan nilai f-hitung adalah 11,534 lebih besar dari f-tabel (F(k ; n-k) = 3,96) (f-hitung 11,534 > f-tabel 3,96) maka hipotesis alternatif (Ha) pertama diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial *Youtube* terhadap perilaku keagamaan pemuda di desa

Blang Panyang Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe. Secara otomatis juga jika hipotesis nol (H0) pertama ditolak yang menyatakan tidak terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial *Youtube* terhadap perilaku keagamaan.

Untuk melihat nilai kolerasi (R) antara variabel X, yaitu penggunaan media sosial *Youtube* dengan variabel Y, yaitu Perilaku keagamaan Pemuda adalah sebagai berikut :

tabel 1.3.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.357 ^a	.271	.116	3.555

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial Youtube

Koefisien determinasi X dan Y

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,357. Dari output tersebut diperoleh koefisiensi determinasi (*RSquare*) sebesar 0,271 hal ini menyatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) yaitu penggunaan media sosial *Youtube* terhadap variabel terikat (Y) perilaku keagamaan adalah sebesar 27,1% dan sisa sebanyak 72,9% lainnya dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Intensitas penggunaan media sosial *Youtube* di kalangan Pemuda yang menjadi sampel dalam penelitian ini, berdasarkan dari hasil analisis data yang peneliti dapatkan, bahwa mereka termasuk para pemuda yang aktif menggunakan media sosial *Youtube*, dengan frekuensi akses sebanyak 3-4 kali dalam sehari, dengan durasi lebih dari 5 jam perhari. hal ini dapat dikatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial *Youtube* di kalangan pemuda Desa Blang Panyang termasuk tinggi.

Hal ini juga terkait dengan asumsi dari teori kultivasi, yaitu Pengaruh terbatas televisi seperti analogi zaman es, dimana perubahan temperatur rata-rata beberapa derajat celcius lebih rendah dapat membawa bumi kembali ke zaman es.

begitu pula dengan pengaruh televisi secara terus menerus mampu membuat perbedaan yang signifikan dalam masyarakat. dalam hal ini efek yang akan diterima audien dipengaruhi oleh intensitas menonton. Maka demikian, jika dianalogikan kedalam penggunaan media sosial *Youtube*, dimana frekuensi, durasi serta waktu menjadi bagian dari penentu intensitas penggunaan dari media sosial *Youtube*. Semakin tinggi intensitas menggunakan media sosial *Youtube* di kalangan pemuda desa Blang Panyang, maka dampak yang dihasilkan terhadap perubahan perilaku juga akan semakin tinggi, begitu juga dengan sebaliknya.

Hal senada juga diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggita Primartiwi dan Agus Naryoso²¹ bahwa intensitas mengakses media sosial *Youtube* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap prestasi belajar siswa. semakin tinggi intensitas mengakses media sosial *Youtube*, maka semakin rendah pula prestasi belajar siswa, ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara intensitas mengakses media sosial *Youtube* terhadap prestasi belajar siswa. maka dengan demikian, penggunaan media sosial *Youtube* tidak hanya saja memberi dampak terhadap perubahan perilaku, tetapi juga terhadap prestasi belajar.

Selanjutnya, hasil penelitian ini mencakup tentang perilaku keagamaan di kalangan pemuda di desa Blang Panyang. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis menggunakan aplikasi *SPSS for Window 16*, maka dapat dikatakan bahwa perilaku keagamaan yang timbul diantara pemuda di Desa Blang Panyang cenderung ke perubahan perilaku menjadi negatif, hal ini ditandai dengan presentase skor yang dihasilkan dari data persebaran angket kepada sampel penelitian, diantaranya adalah jarang melaksanakan shalat fardhu berjamaah, jarang membaca AlQur'an, tidak mengikuti kegiatan pengajian di daerah tempat tinggal, tidak berlaku sopan terhadap orang tua, tidak meminta izin ketika ingin meminjam barang dan jarang mengikuti kegiatan sosial keagamaan. Dengan demikian, presentasi dari bentuk-bentuk perilaku keagamaan pemuda di

²¹ Anggita Primartiwi, Agus Naryoso, "*Pengaruh intensitas mengakses media sosial Youtube dan komunikasi peer group terhadap prestasi belajar siswa*", *Interaksi online*, vol 7, no 3 pp.158-173, jul.2019.

desa Blang Panyang Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe cenderung negatif, meskipun ada beberapa perilaku keagamaan yang memiliki nilai positif.

Hal ini senada dengan penelitian dari Sayyidatun Nadhifah²² yang menyatakan bahwa perilaku keagamaan remaja terkait dengan perkembangan globalisasi di desa Tlogoanyar mengakibatkan adanya dampak positif dan ada juga dampak negatif. dari segi akhlak, cara berbusana dan kegiatan keagamaan remaja yang mendapatkan dampak negatif cukup besar terkait dengan perkembangan globalisasi. Perilaku keagamaan remaja yang semula terkontrol dan terkondisikan secara baik mulai memperlihatkan perubahan secara cepat yang mengakibatkan rusaknya sistem sebelumnya. perkembangan globalisasi mempermudah para remaja menemukan jati diri mereka, namun mereka tidak memanfaatkan perkembangan globalisasi secara bijak.

Hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan media sosial *Youtube* dan perilaku keagamaan di atas menunjukkan sumbangan efektif penggunaan media sosial *Youtube* terhadap perilaku keagamaan di kalangan pemuda Desa Blang Panyang Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe. Penggunaan media sosial *Youtube* tentunya seseorang melakukan aktifitas menonton, mendengarkan dan fokus terhadap apa saja yang sedang dilihat. Dengan demikian, ketika aktivitas itu dilakukan dengan berulang-ulang maka dapat membentuk pola pikir seseorang. Kemudian pola pikir seseorang akan mengarah kepada perilakunya. hal ini tentunya akan membentuk perilaku sebagai respon dari stimulus yang mereka peroleh.

Jika dikaitkan dengan teori kultivasi, yang dikembangkan oleh George Gerbner, menjelaskan mengenai pengaruh yang ditimbulkan dari menonton televisi. Salah satu asumsi dasar dari teori ini adalah televisi membentuk cara masyarakat berpikir dan berinteraksi. Realita yang ditampilkan dalam televisi dapat mempengaruhi cara masyarakat berpikir bahwa apa yang ditampilkan

²² Sayyidatun Nadhifah, "Remaja dan Globalisasi (studi kasus tentang perilaku keagamaan remaja pada era globalisasi di kelurahan tlogoanyar kabupaten lamongan)" jurnal digilib UIN sunan Ampel Surabaya. 2018

merupakan sesuatu yang sesuai dengan kehidupan nyata. dengan demikian televisi dapat menjadi tolok ukur masyarakat dalam berpikir dan bertindak.

Dalam kegiatan mengakses *Youtube* dinilai memiliki efek yang sama dengan televisi, dikarenakan aktivitas yang dilakukan juga mempunyai kemiripan sehingga teori ini dapat dengan relevan menjelaskan hasil dari kegiatan menonton dan mengakses *Youtube*, serta pengaruhnya terhadap perilaku keagamaan. Hal senada juga diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Maujuhan Syah²³. Dalam penelitian itu disebutkan bahwa penggunaan media sosial *Youtube* untuk berdakwah berpengaruh terhadap kereligiusan dari siswa siswi MA Al-Muhtadi sehingga perubahan tingkah laku muncul dari kegiatan menonton dakwah yang dilakukan melalui media sosial *Youtube*.

Hasil dari penelitian ini, yaitu penggunaan media sosial *Youtube* memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perilaku keagamaan dikalangan pemuda desa Blang Panyang Kota Lhokseumawe. hasil uji regresi linier sederhana memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,396 > t_{tabel}$ 1,9904 sehingga diketahui bahwa variabel penggunaan media sosial *Youtube* (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku keagamaan pemuda sebesar 27,1 %, sedangkan 72,9 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang didapatkan oleh peneliti-peneliti lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan mengenai pengaruh penggunaan media sosial *Youtube terhadap* perilaku keagamaan di kalangan pemuda Desa Blang Panyang Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

Intensitas penggunaan media sosial *Youtube* di Desa Blang Panyang Kecamatan Muar Satu, Kota Lhokseumawe adalah tergolong tinggi. hal ini ditandai dengan frekuensi, durasi dan waktu penggunaan media sosial *Youtube* yang aktif.

²³ Ahmad Maujuhan Syah, "Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al Muhtadi Sendangagung. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, INSUD Busyro, Vol. 1, No. 2, 2020

Perilaku keagamaan pemuda di Desa Blang Panyang kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe, cenderung bernilai negatif, hal ini ditunjukkan dengan beberapa indikator yang mengacu kepada perilaku keagamaan tidak semuanya terpenuhi secara positif.

Pengaruh penggunaan media sosial *Youtube* terhadap perilaku keagamaan dikalangan pemuda desa Blang Panyang Kota Lhokseumawe ditunjukkan dengan hasil uji regresi linier sederhana memperoleh nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ sebesar $3,396 > 1,9904$ sehingga diketahui bahwa variabel penggunaan media sosial *Youtube* (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku keagamaan pemuda sebesar 27,1%. hal ini menyatakan bahwa pengaruh penggunaan media sosial *Youtube* terhadap perilaku keagamaan pemuda di desa Blang Panyang memberikan pengaruh besar terhadap perubahan perilaku keagamaan.

REFERENCE

- Abdul Aziz Ahyadi, 1988. *Psikologi Agama Kepribadian Muslim Pancasila*, Jakarta: Sinar Baru
- Asdani Kindarto, 2008. *Belajar Sendiri Youtube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*, Jakarta: Elexmedia Komputindo
- Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, 2010 "Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media"
- Arikunto. S. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asep Syamsul M. Romli, 2014. *Jurnalistik Online*, (Bandung : Penerbit Nuansa Cendekia)
- Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, 1994. *Psikologi Islami*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Jalaluddin Rakhmat . 2005, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analisis Statistik*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morrisan, MA. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor : Ghalia Indonesia

Mursal H.M. Taher, 1977. *Kamus Ilmu Jiwa dan Pendidikan*, Bandung : Al Ma'arif

Subyantoro. 2010 *Pelaksanaan Pendidikan Agama*, (Semarang: Balai Penelitian dan Pengembangan Agama)

Jurnal dan Tesis

Amar ahmad dan Nurhidaya, "*Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial*" *Avand Garde Vol. 08. No. 02, Desember 2020.*

Ahmad Maujuhan Syah, "*Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al Muhtadi Sendangagung*." *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, INSUD Busyro, Vol. 1, No. 2, 2020*

Anggita Primartiwi, Agus Naryoso, "*Pengaruh intensitas mengakses media sosial Youtube dan komunikasi peer group terhadap prestasi belajar siswa*", *Interaksi online, vol 7, no 3 pp.158-173, jul.2019*

Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir, "*Youtube sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas MAKASSARVIDGRAM*", *Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol. 5 No. 2, Juli-Desember 2016*

Sayyidatun Nadhifah, "*Remaja dan Globalisasi (studi kasus tentang perilaku keagamaan remaja pada era globalisasi di kelurahan tlogoanyar kabupaten lamongan)*" *jurnal digilib UIN sunan Ampel Surabaya, 2018*

Internet :

<https://www.hootsuite.com>(*We are Social*):*Indonesian Digital Report 2019*, akses : 19 November 2019