



Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kesadaran Shalat Tepat Waktu

Rakha Dendia Pratama, Malki Ahmad Nasir*

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 2/6/2024

Revised : 17/6/2024

Published : /6/2024



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 1

Halaman : 25 - 32

Terbitan : Juli 2024

ABSTRAK

Seiring dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, mahasiswa UNISBA sekarang tidak terlepas dari penggunaan media sosial, baik untuk membantu belajar, berkomunikasi ataupun mencari hiburan untuk melepaskan diri dari aktivitas kuliah yang padat. Mahasiswa mengakses media sosial setiap hari, jam, atau bahkan menit, tanpa mengenal waktu dan tempat, bahkan hingga melalaikan panggilan shalat. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh media sosial terhadap kesadaran shalat tepat waktu, bagaimana durasi waktu penggunaan media sosial, dan mengetahui bagaimana pelaksanaan shalat tepat waktu pada mahasiswa KPI Fakultas Dakwah UNISBA angkatan 2018 dan 2019. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan jenis metode statistik yang digunakan skala likert, dan menggunakan teknik pengumpulan data: observasi, angket, dokumentasi, dan wawancara. Adapun taktik analisa data yang digunakan berupa uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji regresi, serta uji hipotesis. Hasil dari penelitian melalui 36 mahasiswa Fakultas Dakwah UNISBA sebesar 0.624 dari output di dapat dari nilai R Square sebesar 39% yang berarti adanya pengaruh Penggunaan Media Sosial dalam Kesadaran Shalat Tepat Waktu.

Kata Kunci : Pengaruh, Penggunaan Media Sosial, Kesadaran Shalat Tepat Waktu.

ABSTRACT

Along with advances in technology and science, UNISBA students are now inseparable from the use of social media, both to help study, communicate or to find entertainment to escape from busy lecture activities. Students access social media consistently and some students use social media every day, hour, or even minutes, regardless of time and place, and even neglect the call to prayer. The purpose of this research is to find out how social media influences the awareness of praying on time, what is the duration of time for using social media, and knowing how to carry out prayers on time for KPI students of the Faculty of Dakwah UNISBA class of 2018 and 2019. The research method used in this study is quantitative method and a type of statistical method that uses a Likert scale, and uses data collection techniques: observation, questionnaires, documentation, and interviews. The data analysis techniques used are results of the study through 63 students of the Faculty of Dakwah UNISBA amounted to 0.624 from the output obtained from the R square value of 39% which means that there is an influence of the use of social media in awareness of prayer on time.

Keywords : Influence, Use of Social Media, Awareness of Timely Prayers

Copyright© 2024 The Author(s).

A. Pendahuluan

Di era globalisasi dan kemajuan ilmu pengetahuan saat ini, kehidupan manusia mengalami kemajuan yang semakin cepat dalam teknologi informasi. Internet adalah salah satu hasil dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi buatan manusia. Internet didefinisikan sebagai jaringan komputer yang saling terhubung satu sama lain melalui berbagai rangkaian jaringan karena menghubungkan komputer dan jaringan komputer di seluruh dunia (Fikri, 2014).

Perkembangan pesat teknologi informasi adalah faktor utama yang mendorong era globalisasi. Penggabungan teknologi komputer dan telekomunikasi telah menyebabkan revolusi dalam sistem informasi. Ketika sistem informasi berkembang dalam kehidupan manusia seiring dengan peradaban manusia, akhirnya mengenal istilah Teknologi Informasi. Berbagai jenis kegiatan yang bergantung pada teknologi telah muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi informasi, seperti *social media*, *e-government*, *e-commerce*, *e-education*, *e-medicine*, *e-laboratory*, dan lainnya (Nuryanto, 2012).

Di tengah revolusi industri 4.0, banyak inovasi teknologi baru yang mengubah kehidupan manusia (Puspita et al., 2020). Selain pertumbuhan industrinya, industri 4.0 harus menyadari pergeseran ruang publik dari yang terbatas menjadi lebih terbuka untuk interaksi manusia. Adanya teknologi *smartphone* memungkinkan orang berkomunikasi dengan lebih dekat, bahkan dari jarak yang sangat jauh. Dengan adanya media sosial, orang dapat berbicara satu arah dan dari berbagai arah (Pandia, 2004).

Media sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari individu atau organisasi. Media sosial menunjukkan bagaimana orang berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari orang yang biasa mereka temui hingga orang baru. Media sosial adalah layanan dalam sistem *software* internet yang memungkinkan orang berinteraksi dan berbagi data dengan banyak orang. Situs media sosial internet, seperti *WhatsApp*, *Twitter*, *Instagram*, dan *TikTok*, dan lainnya (Syarif, 2020).

Dengan adanya media sosial ini di masyarakat, perspektif, budaya, pemikiran, dan ideologi akan diubah dalam menjalankan kehidupan (Kurnia et al., 2020). Interaksi yang tidak mengenal ruang, jarak, dan waktu dapat terjadi di mana dan kapan saja. Kehidupan beragama dipengaruhi oleh pembukaan ruang publik ini yang semakin luas. Hal ini sejalan dengan meningkatnya penggunaan media sosial oleh masyarakat umum, terutama remaja dan pelajar, sebagai cara untuk berinteraksi dari mana pun dan kapan pun. Selain berkomunikasi, setiap orang memiliki akses ke informasi dalam bentuk apapun, baik itu informasi positif atau negatif yang dapat bertentangan dengan budaya dan agama masyarakat. Ada beberapa manfaat informasi, seperti membuat proses mendapatkan informasi lebih mudah, membantu orang berhubungan satu sama lain, dan sebagainya. Selain itu, efek negatifnya termasuk menjadi kecanduan, tidak peduli dengan lingkungan sekitar, dan lupa waktu, terutama bagi orang muslim saat masuk waktu shalat (Ayu, 2022).

Bagi umat Islam, shalat adalah perintah Allah SWT yang wajib dilaksanakan dalam keadaan dan kondisi apapun, bagi yang tidak melaksanakannya maka akan berdosa, sebab, shalat lima waktu itu hukumnya fardhu'ain (diwajibkan atas setiap muslim laki-laki dan perempuan) (Fauzan, 2021). Shalat juga merupakan amalan yang pertama kali dihisab oleh seorang muslim pada hari kiamat. Sebagaimana Rasulullah SAW bersabda: "Shalat adalah tiang agama, maka siapa yang mendirikan shalat, berarti ia menegakkan sendi-sendi agama, dan siapa yang meninggalkan shalat, berarti ia telah meruntuhkan sendi-sendi sosial, baik untuk membantu belajar, berkomunikasi atau hanya untuk mencari hiburan untuk melepaskan diri dari aktivitas kuliah yang padat. Menurut temuan yang dilakukan oleh penulis, penulis sering mendapati mahasiswa selalu menggunakan *gadget* untuk mengakses media sosial secara konsisten, mahasiswa terlihat menggunakan media sosial setiap hari, jam, atau bahkan menit, tanpa mengenal waktu dan tempat. Bahkan tidak banyak mahasiswa yang masih sedang asik membuka media sosial ketika adzan berkumandang yang terjadi di lingkungan kampus (Kriantono, 2009).

Data di atas menunjukkan bahwa penggunaan media sosial menyebabkan orang lupa melakukan shalat, terutama shalat fardhu tepat waktu. Namun, apakah hal ini juga terjadi pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah UNISBA. Mereka pada dasarnya adalah mahasiswa yang berlatar belakang agama yang akan menjadi calon Da'i, yang membedakannya dari mahasiswa lainnya. Terutama siswa angkatan 2018 dan 2019 yang telah banyak belajar di UNISBA dan

Fakultas Dakwah. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini 1) Bagaimana intensitas penggunaan media sosial mahasiswa KPI Fakultas Dakwah UNISBA angkatan 2018 dan 2019?, 2) Bagaimana intensitas pelaksanaan ibadah shalat tepat waktu pada mahasiswa KPI Fakultas Dakwah UNISBA angkatan 2018 dan 2019?, dan 3) Bagaimana pengaruh media sosial terhadap kesadaran shalat tepat waktu pada mahasiswa KPI Fakultas Dakwah UNISBA angkatan 2018 dan 2019?.

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini 1) Untuk mengetahui intensitas penggunaan media sosial mahasiswa KPI Fakultas Dakwah UNISBA angkatan 2018 dan 2019, 2) Untuk mengetahui intensitas pelaksanaan ibadah shalat tepat waktu pada mahasiswa KPI Fakultas Dakwah UNISBA angkatan 2018 dan 2019, dan 3) Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap kesadaran shalat tepat waktu pada mahasiswa KPI Fakultas Dakwah UNISBA angkatan 2018 dan 2019.

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung angkatan 2018 dan 2019 aktif yang berjumlah 163 mahasiswa. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling dan rumus Slovin diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 63 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif (Nazir, 1985).

C. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1. Penggunaan Media Sosial (Variabel X)

Pernyataan	rHitung	rTabel 5%	Keterangan
X1	0.639	0.250	Valid
X2	0.486	0.250	Valid
X3	0.604	0.250	Valid
X4	0.612	0.250	Valid
X5	0.281	0.250	Valid
X6	0.748	0.250	Valid
X7	0.691	0.250	Valid
X8	0.701	0.250	Valid
X9	0.722	0.250	Valid
X10	0.736	0.250	Valid
X11	0.601	0.250	Valid
X12	0.680	0.250	Valid
X13	0.676	0.250	Valid
X14	0.720	0.250	Valid
X15	0.519	0.250	Valid

Sumber: Data primer diolah, SPSS 2022

Tabel 2. Kesadaran Shalat Tepat Waktu (Variabel Y)

Pernyataan	rHitung	rTabel 5%	Keterangan
Y1	0.292	0.250	Valid
Y2	0.447	0.250	Valid
Y3	0.405	0.250	Valid
Y4	0.698	0.250	Valid
Y5	0.461	0.250	Valid
Y6	0.290	0.250	Valid
Y7	0.431	0.250	Valid
Y8	0.325	0.250	Valid
Y9	0.463	0.250	Valid
Y10	0.440	0.250	Valid
Y11	0.442	0.250	Valid
Y12	0.526	0.250	Valid
Y13	0.535	0.250	Valid
Y14	0.533	0.250	Valid
Y15	0.508	0.250	Valid

Sumber: Data primer diolah, SPSS 2022

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \times \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{(63 \times 120364) - (2634 \times 2862)}{\sqrt{\{62 \times 110962 - (2634)^2\} \times \{63 \times 131544 - (2862)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{7582932 - 7538508}{\sqrt{(6990606 - 6937956) \times (8287272 - 8191044)}}$$

$$r_{xy} = \frac{44424}{\sqrt{52650 \times 96228}}$$

$$r_{xy} = \frac{44424}{\sqrt{5066404200}}$$

$$r_{xy} = \frac{71178,67}{44424}$$

$$r_{xy} = 0,624$$

Setelah melakukan perhitungan secara keseluruhan maka hasil yang didapatkan antara pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kesadaran Shalat Tepat Waktu diperoleh angka korelasi “r” product moment sebesar 0,624.

Uji Reliabilitas

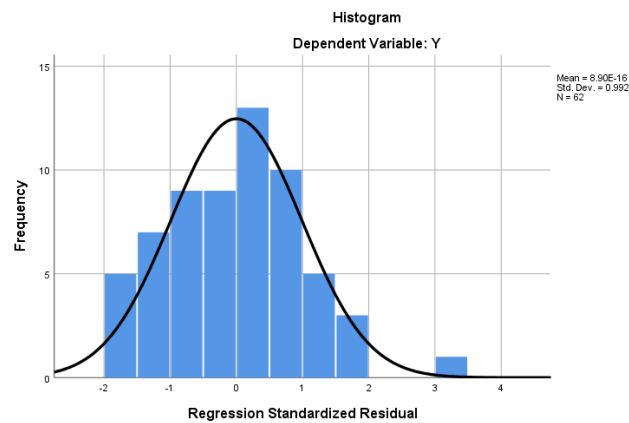
Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variable	N of Items	Indeks reliabilitas	0,60	Keterangan
X	15	0.888	0,60	Reliabel
Y	15	0.696	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, SPSS 2022

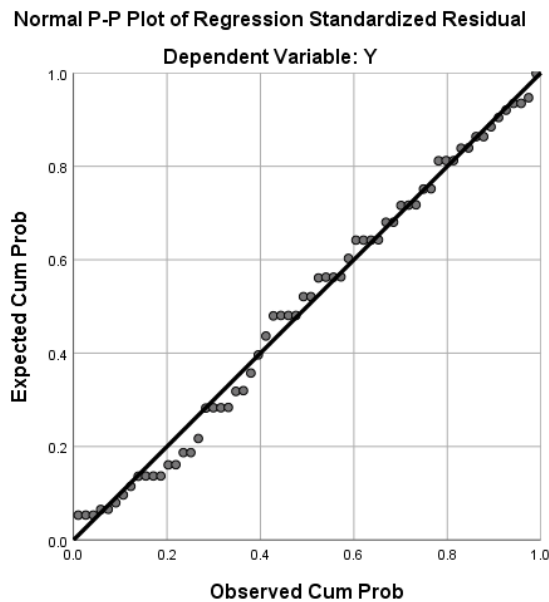
Nilai *Cronbach's Alpha* variabel antara X dan Y sebesar 0.888 dan 0.696 > 0,60. Jadi berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner pada variabel X (Penggunaan Media Sosial) dan variabel Y (Kesadaran Shalat Tepat Waktu) adalah Reliabel sehingga dapat dijadikan instrumen penelitian.

Uji Normalitas



Gambar 1. Histogram Variabel Y

Pada gambar dapat dilihat bahwa variabel yang digunakan berdistribusi normal. Hal tersebut ditunjukkan oleh distribusi data yang berbentuk lonceng atau dapat dikatakan distribusi tersebut simetris dan distribusi data tidak menjulur ke kanan atau kiri.



Gambar 1. Grafik Variabel Y

Berdasarkan gambar terlihat bahwa persebaran data atau titik-titik plotting masih menyebar dan mengikuti disekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa sebaran data berdistribusi normal.

Pengujian Kolmogorov-Smirnov

Tabel 4. Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.87809554
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Pengujian normalitas penulis menggunakan pengujian *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan responden sebanyak 62 Mahasiswa. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pengujian *Kolmogorov-Smirnov* yang diperoleh dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% maka dapat diambil kesimpulan distribusi data normal sebab $0,200 > 0,05$.

Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.151	5.676		1.788	.079
	X	.844	.135	-.624	-6.239	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas yaitu hasilnya menunjukkan bahwa nilai signifikansi Penggunaan Media Sosial (X), Kesadaran Shalat Tepat Waktu Arsy (Y) adalah $0.000 < 0,10$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis alternative (Ha) diterima atau terbukti kebenarannya, sedangkan (Ho) tidak dapat diterima atau tidak terbukti kebenarannya. Dengan demikian, berarti ada korelasi negatif yang sedang atau cukup signifikan atau meyakinkan antara pengaruh Penggunaan Media Sosial dalam Kesadaran Shalat Tepat Waktu.

Uji Regresi

Tabel 6. Variables Entered/Removed

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Y
- b. All requested variables entered.

Tabel 7. Model Summary

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.390	.380	3.90975

a. Predictors: (Constant), X
b. Dependent Variable: Y

Tabel 8. Tabel ANOVA

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	594.972	1	594.972	38.922	.000 ^b
	Residual	932.457	61	15.286		
	Total	1527.429	62			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X

Dari output tersebut diketahui bahwa nilai F hitung 38.922 dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$. Maka ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Penggunaan Media Sosial bersama-sama signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu Kesadaran Shalat Tepat Waktu.

Besarnya nilai korelasi “R” yaitu sebesar 0.624 dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 39% artinya ada pengaruh variabel X yaitu Penggunaan Media Sosial dalam Kesadaran Shalat Tepat Waktu.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian yang pertama intensitas waktu penggunaan media sosial pada mahasiswa KPI Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung termasuk dalam kategori sedang. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata hasil perhitungan angket sebesar 41,8 dengan nilai maksimal 47,35 dan nilai minimal 36,25. Hasil nilai yang diraih berada di angka interval 43,65-39.95 yang berada dikategori sedang.

Kemudian, Tingkat kesadaran shalat tepat waktu mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung termasuk dalam kategori sedang. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata hasil perhitungan angket sebesar 45,4 dengan nilai maksimal 52,75 dan minimal 38,05. Hasil nilai yang diraih berada di angka interval 47,85-42.95 yang berada dikategori sedang.

Lalu berdasarkan hasil analisis dari pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesadaran shalat tepat waktu mahasiswa KPI Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung angkatan 2018-2019 menyatakan bahwa ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesadaran shalat tepat waktu. Hal ini terbukti output nilai F hitung 38.922 dengan titik signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$. Maka menunjukkan bahwa variabel independen yaitu penggunaan media sosial bersama-sama signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu kesadaran shalat tepat waktu. Besar nilai korelasi “R” yaitu sebesar 0.624 dari output koefisien determinasi (R square) sebesar 39% ada pengaruh variabel x yaitu penggunaan media sosial, dan 61% dari variabel yang tidak diteliti.

Dengan demikian, berarti ada korelasi negatif yang sedang atau cukup signifikan atau meyakinkan antara pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesadaran shalat tepat waktu. Hal ini berarti semakin tinggi penggunaan media sosial maka kesadaran shalat tepat waktu semakin rendah.

Daftar Pustaka

- [1] Ayu Rochmatulloh Ramdani, & Muhammad Fauzi Arif. (2022). Studi Deskriptif Pengelolaan Media Sosial Instagram melalui Quiz Time di Instastory Akun X. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 106–113. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i2.572>

- [2] Fikri, S. E. (2014). *Sejarah Ibadah*. Republika Press.
- [3] Kriantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- [4] Kurnia, S. S., Ahmadi, D., & Firmansyah, F. (2020). Investigative News of Online Media. *MIMBAR : Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 36(1), 1–11.
- [5] Muhammad Fauzan, N., & Saiful Ma'arif, B. (2021). Pengaruh Penggunaan Game Online terhadap Perilaku Remaja dalam Pelaksanaan Ibadah Shalat di Lingkungan Permata Kopo Kabupaten Bandung. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(1), 85–91.
- [6] Nazir, M. (1985). *Metode Penelitian*. Ghalia.
- [7] Nuryanto, H. (2012). *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT. Balai Pustaka.
- [8] Pandia, H. (2004). *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Erlangga.
- [9] Puspita, Y., Fitriani, Y., Astuti, S., & Novianti, S. (2020). Selamat Tinggal Revolusi Industri 4.0, Selamat Datang Revolusi Industri 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*, 122–130. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Prosidingpps/article/view/3794/3565>
- [10] Syarif, N. (2020). *Moslem Social Media*. PT. Elex Media Komputindo.