

**PENGARUH KOMUNIKASI KELOMPOK, PENGGUNAAN
MEDIA SOSIAL, DAN *SEARCH ENGINE* TERHADAP
AKHLAK SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA
NEGERI DI KECAMATAN PANCUR BATU**

DISERTASI

Oleh:

DARYANTO SETIAWAN

NIM: 4004173023

Program Studi:

Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2020

PERSETUJUAN

Disertasi Berjudul:

**PENGARUHKOMUNIKASI KELOMPOK, PENGGUNAAN
MEDIA SOSIAL, DAN *SEARCH ENGINE* TERHADAP
AKHLAK SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA
NEGERI DI KECAMATAN PANCUR BATU**

Oleh:

DARYANTO SETIAWAN
NIM: 4004173023

Dapat Disetujui dan Disahkan Untuk Diujikan pada Ujian Sidang Terbuka
Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh GelarDoktor (S3) pada
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSU

Medan,Maret 2020

Promotor I



Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, M.A
NIP. 19690808 199703 1 002

Promotor II



Prof. Dr. Yusnadi, MS
NIP. 196910109 198703 1 003

SURAT PERYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Daryanto Setiawan**
Nim : 4004173023
Tempat /Tanggal Lahir : Sei Gelugur, 30 Maret 1982
Pekerjaan : Ka. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam STAI As-Sunnah Deli Serdang
Alamat : Dusun I Perjuangan Desa Sukaraya Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa disertasi yang berjudul: “**PENGARUH KOMUNIKASI KELOMPOK, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, DAN SEARCH ENGINE TERHADAP AKHLAK SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI DI KECAMATAN PANCUR BATU.**”, benar adalah karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, Maret 2020

Yang membuat pernyataan,

A 6000 Rupiah Indonesian postage stamp (Meterai Tempel) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL', '6000', and 'RUPIAH'. The signature is written in black ink over the stamp.

Daryanto Setiawan

PENGESAHAN

Disertasi berjudul “**PENGARUH KOMUNIKASI KELOMPOK, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, DAN *SEARCH ENGINE* TERHADAP AKHLAK SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI DI KECAMATAN PANCUR BATU**” an. Daryanto Setiawan, NIM 4004173023 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam telah diujikan pada Sidang Tertutup Disertasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN-SU pada tanggal 11 Maret 2020. Disertasi ini diperbaiki sesuai masukan dari penguji dan telah memenuhi syarat untuk diujikan pada ujian Sidang Terbuka (Promosi Doktor).

Medan, 11 Maret 2020
Panitia Sidang
Tertutup Disertasi
Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UINSU

Ketua

Dr. Soiman, M.A

NIP. 19660507 199403 1 005

Sekretaris

Dr. Efi Brata Madva, M.Si

NIP. 19670610 199403 1 003

Anggota

Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, M.A

NIP. 19690808 199703 1 002

Prof. Dr. Yusnadi, MS

NIP. 196910109 198703 1 003

Prof. Dr. Suwardi Lubis, MS

NIP. 1315 70 481

Prof. Dr. Syukur Kholil, MA

NIP. 19640209 198903 1 003

Prof. Dr. Lahmuddin Lubis, M.Ed

NIP. 19620411 198902 1 002

Mengetahui,
Dekan FDK



Dr. Soiman, M.A

NIP. 19660507 199403 1 005

ABSTRAK

Daryanto Setiawan, NIM 4004173023. **PENGARUH KOMUNIKASI KELOMPOK, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, *SEARCH ENGINE* TERHADAP AKHLAK SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI DI KECAMATAN PANCUR BATU.** Disertasi. Pascasarjana UIN-SU Medan, 2020.



Nama : Daryanto Setiawan
NIM : 92214053427
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Pembimbing : 1. Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, M.A.
2. Prof. Dr. Yusnadi, MS

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang diajukan, yakni apakah: (1) komunikasi kelompok berpengaruh langsung terhadap akhlak siswa, (2) komunikasi kelompok berpengaruh langsung terhadap penggunaan *search engine*, (3) penggunaan media sosial berpengaruh langsung terhadap akhlak siswa, (4) penggunaan media sosial berpengaruh langsung terhadap penggunaan *search engine*, (5) penggunaan *search engine* berpengaruh langsung terhadap akhlak siswa, (6) komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* berpengaruh tidak langsung terhadap akhlak siswa, (7) penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* berpengaruh tidak langsung terhadap akhlak siswa.

Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa yang beragama Islam di Sekolah Menengah Pertama Negeri Kecamatan Pancur Batu dengan jumlah 1.207 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *proportionate stratified random sampling* dengan jumlah sampel 300 orang. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala *Likert*. Data penelitian diolah dan dianalisis dengan analisis jalur (*path analysis*).

Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok terhadap akhlak siswa dengan koefisien jalur 0,179; (2) tidak terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok terhadap *search engine* dengan koefisien jalur 0,088; (3) terdapat pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap akhlak siswa dengan koefisien jalur 0,213; (4) terdapat pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap penggunaan *search engine* dengan koefisien jalur 0,518; (5) terdapat pengaruh langsung penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa dengan koefisien jalur 0,162; (6) secara tidak langsung komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* tidak berpengaruh terhadap akhlak siswa dengan koefisien jalur 0,015; (7) secara tidak langsung penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* tidak berpengaruh terhadap akhlak siswa dengan koefisien jalur 0,083.

Kesimpulan penelitian ini adalah: Komunikasi kelompok, penggunaan media sosial, dan penggunaan *search engine* berpengaruh langsung terhadap akhlak siswa. Komunikasi kelompok tidak memberikan pengaruh langsung terhadap penggunaan *search engine* tetapi penggunaan media sosial memberikan pengaruh langsung terhadap penggunaan *search engine*. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa secara tidak langsung variabel perantara tidak memberikan pengaruh terhadap akhlak siswa.

Kata Kunci: Komunikasi Kelompok, Media Sosial, *Search Engine*, dan Akhlak Siswa.

ABSTRACT

Daryanto Setiawan, NIM 4004173023. THE INFLUENCE OF GROUP COMMUNICATION, THE USAGE OF SOCIAL MEDIA, SEARCH ENGINE TOWARDS THE STUDENT'S MORALS IN PUBLIC JUNIOR HIGH SCHOOL AT PANCUR BATU DISTRICT. Dissertation. Postgraduate UIN-SU Medan, 2020.



Name : Daryanto Setiawan
Student's ID no. :4004173023
Programme of Study : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Supervisor : 1. Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, MA
2. Prof. Dr. Yusnadi, MS

This research was aimed to answer the problem whether : (1) group communication directly affects student morals, (2) group communication directly affects to the usage of search engines, (3) the use of social media directly affects to student morals, (4) the use of social media directly affects the use of search engines, (5) the use of search engines directly affect to student morals, (6) group communication through the use of search engines directly affects student morals, (7) the use of social media through the use of search engines not affect directly to student's morals

The population of this research were all moslem students in Public Junior High School at Pancur Batu District. with a total of 1,207 persons. The sample of this research was 300 respondents. Sampling technique using proportionate stratified random sampling. The research instrument used a questionnaire with a Likert scale. The research data was processed and analyzed by Path Analysis.

The analysis showed: (1) there was direct influence of group communication on student morals with a path coefficient of 0.179; (2) There was no direct influence of group communication to search engines with a path coefficient of 0.088; (3) there was direct influence of social media usage to student morals with a path coefficient of 0.213; (4) there was direct influence of media social usage to search engine usage with a path coefficient of 0.518; (5) There was a direct influence of search engine usage to student morals with a path coefficient of 0.162; (6) indirectly communication groups through the use of search engines has no effect on student morals with a path coefficient of 0.015; (7) indirectly the use of social media through the use of search engines does not affect the morals of students with a path coefficient of 0.083.

The conclusions of this study are: Group communication, the use of social media, and the use of search engines have direct effect to moral students. Group communication does not have a direct influence on the use of search engines, but the use of social media has a direct influence on the use of search engines. This study also concludes that intervening variables indirectly have no effect to student morals.

Keywords: Group Communication, Social Media, Search Engines, and Student Morals.

المخلص

داريانتو سيتياوان، رقم قيد الطالب 4004173023. تأثير الاتصال الجماعي و استخدام وسائل الاتصال الاجتماعية ومحرك البحث على أخلاقيات طلاب المدارس المتوسطة الحكومية في مقاطعة بانتجور باتو. رسالة الدكتوراه. الدراسات العليا الجامعة الإسلامية الحكومية سومطرا الشمالية ميدان، 2020.



الاسم : داريانطو ستياوان

رقم الطالب : 4004173023

المشرف : د. أحمد تمرين سيكونبانج

: أ.د. يوسنادي

الهدف من هذا البحث هو الإجابة عن المشاكل المقترحة، وهي هل (1) الاتصال الجماعي له تأثير مباشر على أخلاقيات الطلاب، (2) الاتصال الجماعي له تأثير مباشر على استخدام محرك البحث، (3) استخدام وسائل الاتصال الاجتماعية له تأثير مباشر على أخلاقيات الطلاب، (4) استخدام وسائل الاتصال الاجتماعية له تأثير مباشر على استخدام محرك البحث، (5) استخدام محرك البحث له تأثير مباشر على أخلاقيات الطلاب، (6) الاتصال الجماعي عبر استخدام محرك البحث له تأثير غير مباشر على أخلاقيات الطلاب، (7) استخدام وسائل الاتصال الاجتماعية عبر استخدام محرك البحث له تأثير غير مباشر على أخلاقيات الطلاب.

إن مجموعة هذا البحث هي جميع الطلاب المسلمين في المدارس المتوسطة الحكومية في مقاطعة بانتجور باتو وعددهم 1207 طالبا. لقد تم أخذ العينات من خلال تقنية العينات العشوائية الطبقية المتناسبة وعدد العينات 300 طالب. واستخدمت أداة البحث الاستبيان مع مقياس ليكرت. وقد تمت معالجة بيانات البحث وتحليلها عن طريق تحليل المسار.

أظهرت نتائج التحليل أن: (1) الاتصال الجماعي له تأثير مباشر على أخلاقيات الطلاب بدرجة المسار 0.179؛ (2) الاتصال الجماعي ليس له تأثير مباشر على استخدام محرك البحث بدرجة المسار 0.088؛ (3) استخدام وسائل الاتصال الاجتماعية له تأثير مباشر على أخلاقيات الطلاب بدرجة المسار 0.213؛ (4) استخدام وسائل الاتصال الاجتماعية له تأثير مباشر على استخدام محرك البحث بدرجة المسار 0.518؛ (5) استخدام محرك البحث له تأثير مباشر على أخلاقيات الطلاب بدرجة المسار 0.162؛ (6) الاتصال الجماعي عبر استخدام محرك البحث ليس له تأثير غير مباشر على أخلاقيات الطلاب بدرجة المسار 0.015؛ (7) استخدام وسائل الاتصال الاجتماعية عبر استخدام محرك البحث ليس له تأثير غير مباشر على أخلاقيات الطلاب بدرجة المسار 0.083.

وملخص هذا البحث أن الاتصال الجماعي واستخدام وسائل الاتصال الاجتماعية واستخدام محرك البحث له تأثير مباشر على أخلاقيات الطلاب وأن الاتصال الجماعي ليس له تأثير مباشر على استخدام محرك البحث لكن استخدام وسائل الاتصال الاجتماعية له تأثير مباشر على استخدام محرك البحث. وكذلك قد لخص هذا البحث أن المتغير الوسيط ليس له تأثير غير مباشر على أخلاقيات الطلاب.

الكلمات المفتاحية: الاتصال الجماعي، وسائل الاتصال الاجتماعية، محرك البحث، أخلاقيات الطلاب.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
BERDASARKAN KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN
MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA
NO: 158 TAHUN 1987 dan NO: 0543 JU/1987

PENGERTIAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan suatu pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. KONSONAN

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	A	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SY	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Opostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. VOKAL

- a. Fatah : a
- b. Kasrah : i
- c. Dammah : u

3. MAD (vocal panjang)

Qāla : قال

Yaqūlu : يقول

Qīla : قيل

4. TA MARBUTAH

Ta Marbutah (hidup) : t (ة)

Ta Marbutah (sukun) : h (هـ)

5. *TA MARBUTAH* diikuti oleh kata sandang (al) serta bacaan kedua kata tersebut terpisah, maka ditransliterasikan dengan ha (h), *Rauḍah al-Afāl* : روضة الأطفال

الأطفال

6. SYADDAH

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, dilambangkan dengan huruf yang sama yang diberi tanda syaddah itu sendiri, contoh:

Rabbanā : ربنا

Nazzalnā : نزلنا

7. KATA SANDANG

- a. Huruf *Syamsiyah*, ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (أل), diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang tersebut, contoh:

Ar-Rajulu : الرجل

asy-Syamsu : الشمس

- b. Huruf *Qamariyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya, contoh:

Al-Kitābu: الكتاب

al-Qalamu : القلم

8. PENULISAN HAMZAH

Penulisan *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrop, namun, itu hanya terletak di tengah dan akhir kata; bila hamzah itu terletak di awal kata, maka ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*, sebagai berikut:

Awal kata : *Umirtu*, أمرت

Tengah kata: *Ta'muru*, تأمر

Akhir kata: *Syai'un*, شئ

9. HURUF KAFITAL

Meskipun dalam system tulisan Arab, huruf kapital tidak dikenal; namun, dalam system transliterasi tetap digunakan sebagaimana berlaku pada system EYD; di antaranya huruf kafital digunakan untuk menulis huruf awal, nama orang, permulaan kalimat, nama tempat dan kota, contoh:

Syahru Ramadāna al-lazī unzila fīhi al-Qur'ānu, شهر رمضان الذي أنزل فيه القرآن

KATA PENGANTAR

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلٰى اَشْرَفِ الْاَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ وَعَلٰى اٰلِهِ
وَاَصْحَابِهِ اَجْمَعِيْنَ , اَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah ﷻ, karena limpahan rahmat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan penulisan disertasi ini. Shalawat dan salam, penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad ﷺ yang telah memberikan teladan yang baik dalam kehidupan manusia.

Judul disertasi **“PENGARUH KOMUNIKASI KELOMPOK, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, DAN *SEARCH ENGINE* TERHADAP AKHLAK SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI DI KECAMATAN PANCUR BATU”**, diajukan sebagai tugas akhir dan sekaligus persyaratan untuk memperoleh gelar Doktor (Dr) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian disertasi ini banyak mengalami permasalahan, namun berkat kerjasama yang maksimal dan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, akhirnya disertasi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, MA, selaku Rektor UIN-SU, Bapak Soiman, MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Prof. Dr. Syukur Kholil, MA, selaku Direktur Pascasarjana UIN-SU Medan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menimba ilmu di UIN Sumatera Utara. Selanjutnya kepada Wakil Direktur, Ketua Program Studi Komunikasi Islam, dan seluruh pegawai tata usaha dan perpustakaan Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, MA, selaku promotor I yang memberikan kontribusi kepada penulis dalam rangka penyelesaian disertasi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Yusnadi, MS, selaku promotor II dalam penulisan disertasi ini, yang telah begitu banyak menyempatkan dan mengorbankan

waktunya kepada penulis dalam memberikan masukan-masukan, arahan-arahan dan perbaikan disertasi ini.

4. Bapak Muslim S.Pd.I, MA, selaku Ketua Yayasan Ar-Risalah Alkhariyyah dan Bapak Tiy Kusmarrabbi Karo, MA, selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang yang telah banyak memberikan bantuandana dalam bentuk beasiswa kepada penulis pada Program Pascasarjana S3 di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Drs. Efendi Tindaon, selaku Kepala SMPN 1 Pancur Batu, Bapak Darianus, M.Pd, selaku Kepala SMPN 2 Pancur Batu, dan Ibu Evy Nora Rasmiaty Nainggolan, S.Pd, selaku Kepala SMPN 3 Pancur Batu yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.
6. Kepada kedua orang tua Bapak Wagiso Siswo Eddy dan Ibu Jeminah yang selalu memberikan kebanggaan kepada putranya ini, agar menjadi generasi penerus sang ayah yaitu sebagai pendidik anak penerus bangsa.
7. Kepada istriku tercinta Nur Afidah yang selalu memberikan kekuatan dan motivasi dalam menyelesaikan disertasi ini.
8. Kepada tiga orang putraku Yazid Faiz al-Humaidi, Muhammad Syauqi, dan Syahim al-Hafidz yang membuat hari-hari ini menjadi lebih berarti.
9. Teman-teman seperjuangan, sahabat-sahabatku tercinta, dan semua pihak yang turut mendukung penyelesaian disertasi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan namanya satu persatu dalam lembaran ini.

Kepada semua pihak terkait, semoga Allah membalas amal dan budi baik yang telah kalian berikan. Semoga Allah ﷻ juga selalu memberikan rahmatNya dan memberikan kemudahan terhadap urusan-urusan yang kalian lakukan. Amiin.

Medan, Januari 2020

Penulis,



Daryanto Setiawan

NIM. 4004173023

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
SURAT PERYATAAN	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
KATA PENGANTAR	X
DAFTAR ISI	XV
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Identifikasi Masalah	8
C.Batasan Masalah	8
D.Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Kegunaan Penelitian	10
G. Sistematika Pembahasan	11
BAB II : LANDASAN TEORI	12
A.Akhlak	12
1. Pengertian Akhlak	12
2. Keistimewaan Akhlak Dalam Islam	14
3. Ruang Lingkup Akhlak	16
a. Akhlak Terhadap Allah	16
b. Akhlak Terhadap Rasulullah.....	20
c. Akhlak Orang Tua	23
d. Akhlak Kepada Teman.....	27
e. Akhlak Terhadap Lingkungan.....	29
B.Komunikasi Kelompok	31
1. Pengertian Komunikasi Kelompok.....	31
2. Unsur-Unsur Komunikasi Kelompok.....	35

3. Klasifikasi Kelompok	38
4. Faktor Manusia Bergabung dalam Kelompok.....	43
5. Kelompok Teman Sebaya.....	44
6. Karakteristik Kelompok Teman Sebaya.....	45
7. Komunikasi Kelompok Teman Sebaya dalam Alquran	48
8. Komunikasi Kelompok Teman Sebaya Dalam Hadis	53
9. <i>Groupthink Theory</i> (Teori Pemikiran Kelompok).....	58
C. Media Sosial.....	62
1. Pengertian Media Sosial	62
2. Perkembangan Media Sosial	63
3. Karakteristik Media Sosial	69
4. Jenis-Jenis Media Sosial.....	71
5. Aktivitas Siswa di Media Sosial.....	74
6. Pengaruh Media Sosial Bagi Siswa.....	75
7. <i>Uses and Effect Theory</i>	79
D. Search Engine	83
1. Pengertian <i>Search Engine</i>	83
2. Karakteristik <i>Search Engine</i>	84
3. Jenis-Jenis Search Engine.....	85
4. Teknik Penggunaan <i>Search Engine</i>	86
5. Manfaat <i>Search Engine</i> Bagi Siswa	89
6. <i>Determinisme</i> Teknologi	90
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan	95
F. Kerangka Berpikir	99
G. Paradigma Penelitian	104
H. Hipotesis Penelitian	104
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	106
A. Pendekatan Penelitian	106
B. Tempat dan Waktu Penelitian	106
C. Populasi dan Sampel	107
D. Variabel dan Definisi Operasional	109

E. Sumber Data	111
F. Teknik Pengumpulan Data	111
G. Penyusunan Instrumen	112
H. Uji Coba Instrumen	115
1. Uji Validitas Instrumen	116
2. Uji Reliabilitas Instrumen	122
I. Teknik Analisis Data	124
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	132
Deskripsi Lokasi Penelitian	132
B. Identitas Responden	139
C. Deskripsi Data Penelitian	141
1. Akhlak Siswa (X_4)	143
2. Komunikasi Kelompok (X_1)	147
3. Penggunaan Media Sosial (X_2)	151
4. Penggunaan <i>Search Engine</i> (X_3)	155
D. Pengujian Persyaratan Analisis	159
E. Analisis Model	171
F. Pengujian Fit Model	182
G. Hipotesis Penelitian	183
H. Pembahasan Hasil Penelitian	191
1. Pengaruh Langsung Komunikasi Kelompok terhadap Akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu	192
2. Pengaruh Langsung Komunikasi Kelompok terhadap Penggunaan <i>Search Engine</i> siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu	194
3. Pengaruh Langsung Penggunaan Media Sosial terhadap Akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu	195
4. Pengaruh Langsung Penggunaan Media Sosial terhadap Penggunaan <i>Search Engine</i> Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu	198

5. Pengaruh Langsung Penggunaan <i>Search Engine</i> terhadap Akhlak Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.....	199
6. Pengaruh Tidak Langsung Komunikasi Kelompok terhadap Akhlak Siswa Melalui Penggunaan <i>Search Engine</i> Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.....	201
7. Pengaruh Tidak Langsung Penggunaan Media Sosial terhadap Akhlak Siswa Melalui Penggunaan <i>Search Engine</i> Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.....	202
J. Keterbatasan Penelitian	205
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	207
C.Kesimpulan	207
D.Saran	208
DAFTAR PUSTAKA	210

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Empat Era Perkembangan Komputerisasi	67
Tabel 3.1. Distribusi Populasi Penelitian	107
Tabel 3.2. Penentuan Sampel Penelitian	109
Tabel 3.3. Kisi-Kisi Instrumen	113
Tabel 3.4. Uji Validitas Variabel Komunikasi Kelompok	116
Tabel 3.5. Uji Validitas Variabel Penggunaan Media Sosial	117
Tabel 3.6. Uji Validitas Variabel Penggunaan <i>Search Engine</i>	119
Tabel 3.7. Uji Validitas Variabel Penggunaan Akhlak Siswa.....	120
Tabel 4.1. Tabel Jarak Desa ke Kecamatan Pancur Batu	131
Tabel 4.2. Data Guru, PTK dan PD SMPN1	135
Tabel 4.3. Data Sarana dan Prasarana SMPN 1	135
Tabel 4.4. Data Rombongan Belajar SMPN 1.....	135
Tabel 4.5. Data Guru, PTK dan PD SMPN 2	136
Tabel 4.6. Data Sarana dan Prasarana SMPN 2	137
Tabel 4.7. Data Rombongan Belajar SMPN 2.....	137
Tabel 4.8. Data Guru, PTK dan PD SMPN 3	138
Tabel 4.9. Data Sarana dan Prasarana SMPN 3	138
Tabel 4.10. Data Rombongan Belajar SMPN 3.....	139
Tabel 4.11. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	139
Tabel 4.12. Identitas Responden Berdasarkan Usia	140
Tabel 4.13. Identitas Responden Berdasarkan Tingkatan Kelas	141
Tabel 4.14. Rangkuman Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	142
Tabel 4.15. Distribusi Frekuensi Variabel Akhlak siswa (X4).....	144
Tabel 4.16. Kecenderungan Kategori Kelompok Variabel Akhlak siswa.....	146
Tabel 4.17. Distribusi Frekuensi Variabel Komunikasi Kelompok	148
Tabel 4.18. Kecenderungan Kategori Kelompok Komunikasi Kelompok....	150
Tabel 4.19. Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Media Sosial.....	152
Tabel 4.20. Kecenderungan Kategori Kelompok Penggunaan Media Sosial	154
Tabel 4. 21. Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan <i>Search Engine</i>	156

Tabel 4.22. Kecenderungan Kategori Kelompok Penggunaan <i>Search Engine</i>	158
Tabel 4.23. Hasil Uji Normalitas Komunikasi Kelompok	160
Tabel 4.24. Hasil Uji Normalitas Penggunaan Media Sosial	160
Tabel 4.25. Hasil Uji Normalitas Penggunaan <i>Search Engine</i>	161
Tabel 4.26. Hasil Uji Normalitas Akhlak siswa	161
Tabel 4.27. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas	162
Tabel 4.28. Rangkuman Hasil Uji Homogenitas	164
Tabel 4.29. Uji Linieritas Akhlak Siswa Terhadap Komunikasi Kelompok.	165
Tabel 4. 30. Uji Liniertas Penggunaan <i>Searh Engine</i> Terhadap Komunikasi Kelompok	166
Tabel 4.31. Uji Liniertas Akhlak Siswa Terhadap Penggunaan Media Sosial	167
Tabel4.32. Uji Linieritas Penggunaan <i>Search Engine</i> Terhadap Penggunaan Media Sosial	168
Tabel 4.33 Uji Linieritas Akhlak Siswa Terhadap Penggunaan <i>Search Engine</i>	170
Tabel 4.34. Rangkuman Analisis Linieritas dan Keberartian	171
Tabel 4.35. Rangkuman Analisis Koefisien Korelasi dan Signifikansi	173
Tabel 4.36. Rangkuman Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total Serta Kontribusi Setelah dilakukan Pemutusan Pada Jalur yang tidak Signifikan.....	182
Tabel 4.37. Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	189

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Ilustrasi Teori <i>Uses And Effects</i>	80
Gambar 2.2.	Diagram Teori <i>Uses And Effects</i>	81
Gambar 4.1.	Grafik Histogram Akhlak Siswa	145
Gambar 4.2.	Grafik Histogram Komunikasi Kelompok	149
Gambar 4.3.	Grafik Histogram Penggunaan Media Sosial	153
Gambar 4.4.	Grafik Histogram Penggunaan <i>Search Engine</i>	157
Gambar 4.5.	Hasil Analisis Sub Struktur Model Pertama Sebelum Dilakukan Pemutusan Jalur Yang Tidak Signifikan	176
Gambar 4.6.	Hasil Analisis Sub Struktur Model Pertama Sesudah Dilakukan Pemutusan Jalur Yang Tidak Signifikan	177
Gambar 4.7.	Hasil Analisis Model pada Sub Struktur Model Kedua	178
Gambar 4.8.	Hasil Analisis Model Setelah Dilakukan Sebelum di Triming	179
Gambar 4.9.	Hasil Analisis Model Setelah Dilakukan Triming	179

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang memiliki jumlah populasi umat Islam terbesar di dunia dengan jumlah 87 persen penduduknya adalah Muslim. Hal ini sesuai dengan sensus BPS 2010, bahwa agama Islam adalah agama yang paling banyak dianut oleh Penduduk Indonesia. Selain agama Islam ada agama Kristen, Katolik, Hindu, Budha, Khong Hu Cu dan lainnya. Pada tahun 2010 jumlah pemeluk agama Islam sebanyak 207,2 juta jiwa atau 87,18 %, pemeluk agama Kristen 16,5 juta jiwa atau 6,96 %, pemeluk Katolik sebanyak 6,9 juta jiwa atau 2,91 %, pemeluk agama Hindu 4.01 juta jiwa atau 1,69 %, dan pemeluk agama Budha sebanyak 1,7 juta jiwa atau 0,72 %. Selanjutnya, Khong Hu Cu yang merupakan agama terakhir diakui pemerintah Indonesia, jumlah penganutnya sekitar 117,1 ribu jiwa atau 0,05 %.¹

Dengan jumlah mayoritas penduduknya yang beragama Islam menjadikan Indonesia menjadi negara yang menganut budaya Timur yang terkenal memiliki perkataan yang lemah lembut, sopan berpakaian, mudah bergaul, tolong menolong, saling menghargai satu sama lain, tidak individualis dan gemar bergotong-royong, serta memiliki akhlak mulia.

Dalam Islam sendiri salah satu tujuan dan tugas terpenting Muhammad menjadi seorang Rasul dan Nabi adalah menumbuhkan asas-asas akhlak yang mulia, menyempurnakan akhlak dan menjelaskan ketinggian tentang akhlak. Pernyataan ini sesuai dengan keterangan dari Abu Hurairah bahwasannya Rasulullah Saw bersabda:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ

Artinya : “*Sungguh aku diutus menjadi Rasul tidak lain adalah untuk menyempurnakan akhlak yang saleh (baik).*” (HR. Ahmad).²

¹ <https://tumoutounews.com/2017/11/08/jumlah-penganut-agama-indonesia-tiap-provinsi> (diunduh 16 Juni 2018).

² Abu Abdillah Ahmad bin Hanbal, *Musnad Imam Ahmad bin Hanbal*. Jilid 14(Beirut: Muasasah ar-Risalah, 2001), h. 512.

Namun demikian, jika melihat keadaan Indonesia sekarang ini yakni masalah akhlak siswa mulai dari pendidikan Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, sampai Sekolah Menengah Umum, maka akan ditemukan begitu sangat menyedihkan dan memprihatikan keadaan mereka jauh dari ekspektasi keluarga, masyarakat, maupun negara. Seharusnya mereka menjadi penerus bangsa dengan memiliki dan menjaga akhlak yang baik sesuai yang diajarkan oleh Islam. Akan tetapi mereka semakin bebas dari aturan agama dan semakin jauh dari ilmu dan pengetahuan. Padahal siswa adalah salah satu pondasi yang urgen bagi negara dan generasi penerus bangsa.

Beberapa contoh kemerosotan akhlak siswa sekarang adalah mereka lebih banyak menghabiskan waktu untuk kegiatan yang kurang bermanfaat seperti membentuk kelompok kecil sambil nongkrong-nongkrong dipinggir jalan, lebih banyak menghabiskan waktunya untuk *smartphone* dari pada belajar, lebih banyak melakukan aktivitas duduk-duduk di diskotik atau tempat hiburan, pergaulan bebas tanpa ada batasan, terjatuh dalam tindakan narkoba dan minuman keras, terlibat dalam kriminalitas, tindak kekerasan dan tawuran.

Kemerosotan akhlak siswa tersebut bahkan terjadi di satu daerah saja tetapi berlangsung di mana-mana di negeri ini. Negeri yang seratus persen boleh dikata menganut agama, 87 persen beragama Islam yang demikian kuat aturannya dalam hal berpakaian, bersopan santun, dan lain-lain, namun semua itu hanya seperti simbol saja di dalam menganut agamanya.³

Kemerosotan akhlak siswa yang terjadi meluas ke berbagai penjuru negeri ini juga melanda dimana peneliti tinggal yakni di kecamatan Pancur Batu. Berdasarkan pengamatan peneliti selama ini, peneliti menemukan bahwa akhlak siswa yang ada di kecamatan Pancur Batu sangat memprihatinkan. Banyak di antara mereka menghabiskan waktu mereka membentuk komunitas kelompok kecil yang mereka lakukan dipinggir jalan, ada juga siswa yang berstatus Sekolah Dasar setiap malam minggu mereka keluar rumah dan nongkrong-nongkrong di pinggir jalan, gaya rambut maupun pakaian mereka tidak menggambarkan sosok seorang pelajar, perjudian, penyalahgunaan narkoba, sabung ayam sampai juga

³ Ircham Machfoedz, dkk, *Budi Pekerti dan Tatakrama: Untuk Tenaga Kesehatan, Dosen, Mahasiswa, Pelajar, Umum* (Yogyakarta: Fitramaya, 2008), h. 7.

melakukan tindakan yang kurang terpuji seperti aksi balap liar di jalanan sampai melakukan aksi tindak kriminal seperti pembegalan.

Kartini Kartono dalam bukunya "*Patologi Sosial 2 Kenakalan Remaja*", menjelaskan bahwa penyebab terjadinya kenakalan remaja adalah tidak terlepas dari hubungannya dengan kondisi sosial ataupun budaya pada zamannya. Hal ini karena setiap waktu atau massa memiliki sifat dan tantangan tersendiri pada generasi mudanya sehingga para remaja akan mereaksi dengan cara yang khusus pula terhadap rangsangan sosial yang ada.

Pada tahun 1950-an di Indonesia, untuk mendapatkan ijazah dan penonjolan diri yang berlebihan, maka kenakalan remaja pada zaman ini umumnya adalah melakukan pemalakan di sekolah-sekolah. Prilaku lebih serius dari pemalakan di sekolah tersebut nyaris tidak pernah terjadi pada waktu itu. Hal ini terjadi karena masih kuatnya sanksi-sanksi dan aturan masyarakat, ditambah masih tingginya semangat perjuangan dan semangat berkorban dalam mengisi kemerdekaan.

Pada tahun 1960-an, munculah "*top hits*" yang berkaitan tentang kenakalan remaja berupa membuat kekacaaun dan tindakan kriminal yang masih ringan dengan mencontoh pola tingkah laku anak-anak di luar negeri yang mereka lihat melalui film impor dan buku-buku bacaan yang sadis dan berbau pornografi. Faktor penyebab terjadinya perilaku tersebut adalah karena para remaja tidak mampu memanfaatkan waktu luang mereka dengan kegiatan positif. Selain itu mereka juga tidak mampu mengendalikan dirinya terhadap media yang dapat merusak akhlak mereka.

Pada tahun 1970-an. Pada tahun ini kenakalan remaja di kota-kota besar di Indonesia sudah mengarah pada kejahatan yang lebih parah lagi seperti mencopet atau membebal yang dilakukan dengan terang-terangan di siang hari, melakukan perampasan, membunuh dan memperkosa yang dilakukan secara masal, dan melakukan perbuatan kriminal lainnya yang berhubungan dengan kecanduan bahan narkotika. Kejahatan dan kenakalan remaja tersebut erat kaitannya dengan makin derasnya arus urbanisasi dan semakin banyaknya jumlah remaja desa yang bermigrasi ke daerah perkotaan tanpa jaminan sosial yang mantap.

Pada tahun 1980-an ke atas, gejala kenakalan remaja ini menjadi semakin meluas, baik dalam keseriusan dan frekuensi kualitas kejahatannya. Hal ini dibuktikan dari semakin banyaknya pengedaran dan penggunaan bahan narkotika di tengah masyarakat yang juga memasuki ruang kampus dan sekolah, fenomena terbiasanya para remaja menenggak minuman keras, penjambretan dan kebrandalan di jalan-jalan ramai, tindak kekerasan kelompok anak sekolah, pemerkosaan, penganiayaan berat, pembunuhan berencana, pemerasan di sekolah-sekolah terhadap siswa yang lemah, praktek seks bebas sampai pada perkelahiran massal antar kelompok dan antar sekolah di kota-kota besar.⁴

Dari uraian di atas dijelaskan bahwa kenakalan remaja tidak dapat dilepaskan dari keterkaitan situasi masalah sosial dan budaya pada setiap zamannya. Hal ini disebabkan karena pada setiap periode memiliki tantangan dan sifat khusus untuk generasi mudanya sehingga para remaja merespon dengan cara yang khusus pula terhadap stimulus sosial yang ada.

Diah Ningrum dalam penelitiannya menjelaskan, bahwa telah terjadi penurunan akhlak yang menerpa remaja di Indonesia. Para remaja di Indonesia telah jauh dari aturan-aturan agama. Perilaku-perilaku yang mereka lakukan seperti pergaulan bebas ataupun seks bebas dianggap sudah lumrah dikalangan remaja sekarang ini. Kasus-kasus seperti seks bebas, hamil diluar nikah, dan aborsi tidak hanya didapatkan melalui media tetapi juga terjadi dilingkungan para peserta FGD. Empat faktor utama yang menyebabkan kemerosotan akhlak adalah lingkungan baik sekolah maupun tempat anak-anak bermain, kemajuan teknologi seperti internet dimana anak-anak dan remaja dengan mudah mengakses pornografi, sifat keingintahuan remaja, dan faktor orang tua.⁵

Dari hasil riset Diah Ningrum tersebut, dapat dijelaskan bahwa secara umum di Indonesia terjadi kemerosotan akhlak yang menyimpang dari ajaran agama. Pergaulan bebas dan seks bebas sudah tidak dipandang hal yang tabu lagi. Diah Ningrum menjelaskan bahwa ada empat faktor penyebab menurunnya akhlak remaja yakni lingkungan tempat bermain, kemajuan teknologi, sifat

⁴ Kartini Kartono, *Patologi Sosial 2 Kenakalan Remaja*. Cet. 13(Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), h. 101-103.

⁵ Diah Ningrum, "Kemerosotan Moral di Kalangan Remaja: Sebuah penelitian Mengenai Parenting Styles dan Pengajaran Adab", dalam jurnal UNISIA, Vol. XXXVII No. 82, 2015

keingintahuan atau rasa penasaran remaja, dan faktor kurang peduli orang tua dalam mengawasi anaknya.

Selanjutnya hasil penelitian di kecamatan Pancur Batu oleh Rio HF Hutabarat tentang kemerosotan akhlak remaja di Desa Perumnas Simalingkar Pancur Batu. Rio menjelaskan, bahwa remaja menggunakan narkoba sejak mereka duduk di bangku Sekolah Dasar. Remaja menggunakan narkoba karena pengaruh lingkungan dan teman sepermainan yang cenderung berperilaku menyimpang serta pemahaman yang sangat minim akan bahaya dari narkoba. Keluarga para remaja pengguna narkoba di Desa Perumnas Simalingkar kurang dapat memberikan perhatian, kasih sayang, dan kepeduliannya pada remaja sehingga para remaja cenderung berperilaku sesuai keinginan mereka, tanpa ada yang memperdulikan apa yang mereka lakukan.⁶

Dari hasil penelitian Rio HF Hutabarat di atas, dijelaskan bahwa kemerosotan akhlak remaja di Kecamatan Pancur Batu yaitu penyalahgunaan narkoba terjadi karena faktor lingkungan dan teman sebaya yang cenderung menyimpang. Selain itu kurangnya kasih sayang dan perhatian dari orang tua juga penyebab faktor merosotnya akhlak remaja di Pancur Batu.

Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh Sri Hastuti dan Lina Sudarwati dalam jurnal *Harmoni Sosial*, salah satu hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pergaulan bebas remaja khususnya yang berlawanan jenis pada saat ini terlihat begitu akrab. Mereka bersenda gurau, bergaul bebas, dan berkumpul bersama tanpa ada rasa canggung. Yang sangat disayangkan bahwa dalam pergaulan bebas tersebut mereka mendapat restu dari orangtuanya. Walaupun `begitu pergaulan remaja tersebut belum melampaui batas sampai pada tingkat perbuatan seks bebas.⁷

Hasil penelitian Sri Hastuti dan Lina Sudarwati menjelaskan, bahwa merosotnya akhlak remaja di Desa Sukaraya Kecamatan Pancur Batu seperti pergaulan bebas disebabkan karena seringnya mereka berkumpul bersama. Tapi

⁶ Rio LF Hutabarat, "*Faktor-Faktor Penyebab Kenakalan Remaja (Studi Kasus Pengguna Narkoba Di Desa Perumnas Simalingkar Kecamatan Pancur Batu)*" dalam *Jurnal.usu.ac.id (ojs)*. Vol. 2. No.4, 2013.

⁷ Sri Hastuti dan Lina Sudarwati, "*Gaya Hidup Remaja Pedesaan (Studi di Desa Sukaraya, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara)*", dalam *Jurnal Harmoni Sosial*, Vol. I, No. 2, 2007.

yang sangat disayangkan pergaulan bebas yang mereka lakukan mendapat restu dari orang tuanya.

Penelitian yang dilakukan oleh Rosalya Damayanti Gultom, Alvi Syahrin, Edi Yunara, dan Marlina yang menjelaskan bahwa kemerosotan akhlak yang terjadi di Kecamatan Pancur Batu disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal, yaitu yang disebabkan oleh faktor biologis dan usia anak, anak belum menemukan jati diri, dan rasa ingin tahu anak. Sedangkan faktor eksternal, meliputi faktor keluarga yang *broken home*, faktor pendidikan anak yang putus sekolah, gaya pacaran anak yang berlebihan, pornografi yang beredar dimana-mana, dan perkembangan teknologi informasi yang disalahgunakan.⁸

Dari beberapa uraian di atas, peneliti memberikan kesimpulan bahwa beberapa faktor yang menyebabkan merosotnya akhlak siswa diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Faktor kurang perhatian dari orang tua terhadap aktivitas yang dilakukan anaknya.
2. Lemahnya sanksi di masyarakat terhadap pelanggaran-pelanggaran yang telah dilakukan siswa.
3. Tidak memanfaatkan waktu kosong atau waktu luang mereka untuk kegiatan-kegiatan positif.
4. Banyak meniru perilaku-prilaku yang tidak terpuji dari budaya Barat.
5. Anak belum menemukan jati diri mereka.
6. Cepatnya urbanisasi dan semakin banyaknya jumlah remaja desa pindah (imigrasi) ke daerah perkotaan.
7. Faktor lingkungan baik sekolah maupun rumah, dengan membentuk komunikasi kelompok teman sebaya.
8. Kemajuan teknologi internet sehingga siswa dan remaja begitu mudahnya mengakses pornografi.
9. Rasa penasaran remaja terhadap informasi yang diterima melalui teman-teman mereka.

⁸ Rosalya Damayanti Gultom, dkk. “ *Kebijakan Kriminal Terhadap Tindak Pidana Pencabulan Yang Dilakukan Oleh Anak Di Wilayah Pancur Batu*”, dalam USU Law Journal, Vol.7. No.2, Juni 2019.

Dari sembilan poin di atas, peneliti menduga faktor dominan penyebab merosotnya akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu terjadi karena faktor komunikasi kelompok teman sebaya, dan faktor kemajuan teknologi.

. Komunikasi kelompok teman sebaya secara otomatis terjadi dengan sendirinya terutama pada siswa atau anak-anak yang rumahnya tidak berjauhan atau dapat juga terjadi karena seringnya mereka pergi dan pulang sekolah secara bersama-sama. Komunikasi kelompok teman sebaya dapat terjadi di lingkungan rumah maupun lingkungan sekolah.

Kemajuan teknologi berbasis *online* pada saat sekarang ini seperti merebaknya berbagai media sosial yang memudahkan mereka melakukan interaksi secara *online* dan canggihnya *search engine* atau mesin pencari seperti *Google* dalam mencari informasi. Peneliti menduga bahwa terjadi penyalahgunaan media sosial dan *search engine* yang dilakukan siswa-siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

Hasil pengamatan peneliti bahwa siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu banyak membentuk kelompok-kelompok kecil untuk melakukan komunikasi kelompok teman sebaya, mereka melakukan aktivitas menggunakan media sosial untuk mengisi waktu kosong mereka sehari-hari. Mereka banyak menghabiskan waktunya dengan berselancar di internet untuk bermain media sosial dan melakukan *searching* di layanan *web browser*. Bahkan dari salah satu pengakuan mereka, mereka rela bekerja dan menabung uang kemudian setelah terkumpul uangnya mereka gunakan untuk membeli paket data internet yang mereka gunakan untuk bersosial media dan *searching* di internet.

Dari fakta-fakta dan hasil pengamatan yang peneliti uraikan di atas, peneliti menduga bahwa adanya pengaruh antara komunikasi kelompok, media sosial, dan *search engine* terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk membahas dan meneliti masalah tersebut. Permasalahan itu peneliti angkat dan peneliti tuangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah berbentuk Disertasi dengan judul : ***“Pengaruh Komunikasi Kelompok, Penggunaan Media Sosial,***

dan Search Engine Terhadap Akhlak Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya perhatian orang tua dan para pendidik terhadap akhlak siswa.
2. Pergaulan bebas dikalangan siswa.
3. Interaksi komunikasi kelompok teman sebaya yang dilakukan siswa.
4. Terjadinya masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa.
5. Dampak kemajuan teknologi bagi siswa.
6. Mudah nya siswa mendapatkan akses layanan internet.
7. Rasa ingin tau siswa yang tinggi dengan apa yang mereka lihat.
8. Maraknya penggunaan media sosial yang dilakukan siswa.
9. Penyalahgunaan *search engine* dikalangan siswa.
10. Pengaruh komunikasi kelompok terhadap akhlak siswa.
11. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap akhlak siswa.
12. Pengaruh penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa.
13. Pengaruh komunikasi kelompok teman sebaya, penggunaan media sosial, dan *search engine* terhadap akhlak siswa.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah sebelumnya, peneliti membatasi permasalahan pada pengaruh langsung dan tidak langsung komunikasi kelompok, penggunaan media sosial, penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah komunikasi kelompok berpengaruh langsung terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?
2. Apakah komunikasi kelompok berpengaruh langsung terhadap penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?
3. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh langsung terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?
4. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh langsung terhadap penggunaan *search engine* pada siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?
5. Apakah penggunaan *search engine* berpengaruh langsung terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?
6. Apakah komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* berpengaruh secara tidak langsung terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?
7. Apakah penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* berpengaruh secara tidak langsung terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh langsung komunikasi kelompok dengan akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.
2. Untuk menguji pengaruh langsung komunikasi kelompok dengan penggunaan *search engine* pada siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.
3. Untuk menguji pengaruh langsung penggunaan media sosial dengan akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

4. Untuk menguji pengaruh langsung penggunaan media sosial dengan penggunaan *search engine* pada siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur.
5. Untuk menguji pengaruh langsung penggunaan *search engine* dengan akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.
6. Untuk menguji pengaruh tidak langsung komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.
7. Untuk menguji pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian disertasi ini terdiri dari kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis:

Penelitian ini secara teoritis berguna untuk:

1. Pengembangan ilmu komunikasi khususnya pada kajian tentang ilmu komunikasi, penggunaan media sosial, dan *search engine* di internet.
2. Menambah wawasan tentang perilaku akhlak siswa khususnya masyarakat di kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang.
3. Bagi peneliti lain yang berminat meneliti tentang kajian komunikasi, efek dari penggunaan media sosial, dan *search engine* di internet terhadap akhlak siswa.

Secara praktis diharapkan berguna dan memberikan kontribusi :

1. Bagi para pendidik baik orang tua maupun guru agar melakukan pengawasan yang lebih kepada anak didiknya terhadap pengaruh pergaulan anak dengan temannya, penggunaan media sosial, dan proses *search engine* yang dapat mengakibatkan merosotnya akhlak.
2. Bagi pemerintah agar lebih bijaksana dalam menerapkan peraturan penggunaan media sosial dan *search engine*.

3. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah maupun pemilik sekolah agar lebih memperhatikan penggunaan kurikulum di sekolah dengan berbasis pendidikan akhlak.

G. Sistematika Pembahasan

Pembahasan penelitian disertasi ini disusun dalam lima bab bersamaan dengan beberapa sub bab yang ada kaitannya dengan bab tersebut. Adapun sistematika pembahasan penelitian disertasi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini dijelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan bab landasan teori yang terdiri dari “kerangka teori, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka berpikir, paradigma penelitian dan hipotesis penelitian.

Bab III merupakan bab metodologi penelitian, yang meliputi pendekatan penelitian, tempat dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, variabel dan definisi operasional, sumber data, teknik pengumpulan data, penyusunan instrumen, hasil uji coba instrument dan teknik analisis data.

Bab IV memuat hasil penelitian, deskripsi lokasi penelitian, identitas responden, deskripsi data penelitian, pengujian persyaratan analisis, analisis model, pengujian fit model, pengujian hipotesis penelitian, pembahasan hasil penelitian, dan keterbatasan penelitian.

Bab V yaitu bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Akhlak

1. Pengertian Akhlak

Akhlak tidak hanya sekedar cara hidup yang mengajarkan bagaimana hidup bahagia, atau bagaimana cara memperoleh kebahagiaan tetapi juga merupakan ilmu yang harus dipelajari dan harus dipraktikkan sebelum ilmu lainnya, bahkan mejadi bukti kualitas iman seorang mukmin.⁹

Akhlak yang baik merupakan perangai dari para rasul, orang terhormat, sifat orang muttaqin, dan hasil dari perjuangan orang yang *'abid*, sedangkan akhlak yang buruk merupakan racun berbisa, kejahatan dan kebusukan yang menjauhkan diri dari *Rabbul 'aalamin*. Akhlak yang buruk menyebabkan orang terusir dari jalan Allah dan tercampak kepada jalan setan.¹⁰

Secara etimologi kata akhlak berasal dari bahasa Arab *akhlaqa* bentuk jamak dari mufradnya *khuluq* yang berarti budi pekerti.¹¹ Meskipun kata akhlak berasal dari bahasa Arab, tetapi kata akhlak tidak terdapat dalam Alquran, kebanyakan kata akhlak dalam Hadis.¹² Satu-satunya kata yang ditemukan semakna akhlak dalam Alquran adalah kata "*khuluq*", yang tercantum dalam Q.S. al-Qalam: 4 yaitu :

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾

Artinya : "Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung." (Q.S. al-Qalam:4).

Sedangkan kata akhlak dalam hadis cukup banyak diantara hadis tentang akhlak adalah sebagai berikut:

⁹ Manpan Drajat dan M. Ridwan Effendi, *Etika Profesi Guru*. Cet 2 (Bandung : Alfabeta, 2017), h. 17.

¹⁰ Hamka, *Akhlaqul Karimah* (Jakarta : Gema Insani, 2017), h. 1.

¹¹ Ahmad Tafsir, *Cakrawala Pemikiran Pendidikan Islam* (Bandung: Mimbar Pustaka, 2004), h. 307.

¹² Achmad Mubarak, *Akhlak Manusia sebagai Konsep Pengembangan Karakter* (Jakarta : GMPAM-YPC-WAP, 2009), h. 89.

إِنَّ مِنْ أَحَبِّكُمْ إِلَيَّ وَأَقْرَبِكُمْ مِنِّي مَجْلِسًا يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَحْسَنَكُمْ أَخْلَاقًا¹³

Artinya: "Sesungguhnya di antara orang yang paling aku cintai dan yang tempat duduknya lebih dekat kepadaku pada hari kiamat ialah orang yang akhlaknya paling bagus." (H.R. Tirmidzi, Nomor: 2018)

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ مِنْ أَخْيَرِكُمْ أَحْسَنَكُمْ خُلُقًا¹⁴

Artinya: Rasulullah Saw bersabda: "Sesungguhnya orang yang terbaik di antara kalian ialah yang paling bagus akhlaknya." (H.R. Bukhari, Nomor: 6029).

Secara terminologi, ada beberapa definisi tentang akhlak yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut Muslim Nurdin akhlak adalah sistem nilai yang mengatur pola sikap dan tindakan manusia di atas muka bumi. Sistem nilai tersebut bersumber dari ajaran Islam yang berpedoman kepada Alquran dan Sunnah Nabi Muhammad Saw sebagai sumber utama, ijtihad sebagai sumber berpikir Islam.¹⁵

Imam al-Ghazali mendefinisikan akhlak yaitu sebagai sifat yang tertanam dalam diri seseorang yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dengan gampang dan mudah tanpa memikirkan atau mempertimbangkan sesuatu.¹⁶

Abdul Karim Zaidan, ketika mendefinisikan akhlak yaitu suatu sifat dan nilai-nilai yang tertanam dalam jiwa seseorang yang dengan pandangan dan pertimbangannya dapat menilai perbuatannya apakah baik atau buruk, untuk kemudian memilih melakukan atau meninggalkannya.¹⁷

Sedangkan konsep akhlak dalam falsafah bangsa Indonesia, secara umum terdapat dalam nilai-nilai Pancasila. Paparan akhlak atau pun moral pada Pancasila jelas merupakan bagian dari moral hakiki yang dimiliki oleh ajaran Islam.¹⁸

¹³ Muhammad bin Isa bin Saurah bin Musa bin Dhahak at-Tirmidzi, *Sunan at-Tirmidzi. Juz 4.* (Mesir: Sharikah Maktabah, 1975), h. 370.

¹⁴ Muhammad bin Isma'il Abu Abdullah al-Bukhāri al-Jafi', *al Jami' as-Ṣaḥīh al-Mukhtaṣar (Sahih Bukhari) Juz 8* (Beirut: Dar Tuq An-Najah, 1422), h. 12.

¹⁵ Ahmad Tafsir, *Cakrawala...*, h. 308.

¹⁶ Abu Hamid Muhammad al-Ghazali, *Ihya' Ulum ad-Din. Jilid III.* (Beirut: Dar al-Fikr, 1989), h. 58.

¹⁷ Abdul Karim Zaidan, *Ushul ad-Dakwah* (Baghdad: Jam'iyah al-Amani, 1976), h. 75.

¹⁸ Manpan Drajat dan M. Ridwan Effendi, *Etika...*, h. 21.

Dari penjelasan di atas tentang akhlak, maka definisi akhlak menurut peneliti adalah suatu sifat yang dimiliki seseorang untuk mempertimbangkan apakah perbuatan yang akan dilakukannya tersebut termasuk perbuatan baik atau buruk yang dalam proses penilaiannya menggunakan Alquran dan Hadis Nabi sebagai tolok ukur kebenarannya.

2. Keistimewaan Akhlak Dalam Islam

Yunahar Ilyas dalam bukunya “Kuliah Akhlaq” menjelaskan bahwa dalam ajaran agama Islam, akhlak memiliki kedudukan dan keistimewaan yang sangat penting. Adapun keistimewaan akhlak dalam ajaran Islam dapat dilihat dari beberapa poin berikut :

- a. Nabi Muhammad Saw meletakkan akhlak mulia sebagai misi pokok risalah Islam. Hal ini sesuai sabdanya:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ¹⁹

Artinya : “*Sungguh aku diutus menjadi Rasul tidak lain adalah untuk menyempurnakan akhlak yang saleh (baik).*” (HR. Ahmad, Nomor: 8952).

- b. Salah satu ajaran pokok Islam adalah akhlak.
- c. Akhlak menjadi pemberat timbangan di hari kiamat. Nabi Muhammad Saw bersabda:

مَا مِنْ شَيْءٍ يُوضَعُ فِي الْمِيزَانِ أَثْقَلُ مِنْ حُسْنِ الْخُلُقِ وَإِنَّ صَاحِبَ حُسْنِ

الْخُلُقِ لَيَبْلُغُ بِهِ دَرَجَةَ صَاحِبِ الصَّوْمِ وَالصَّلَاةِ²⁰

Artinya : “*Tidak ada yang lebih berat dalam timbangan daripada akhlak yang baik, dan sesungguhnya orang yang berakhlak baik akan mencapai derajat orang yang berpuasa dan shalat.*” (H.R. Tirmidzi, Nomor: 2003).

- d. Nabi Muhammad Saw menjadikan akhlak sebagai tolak ukur baik atau tidaknya keimanan seseorang. Hal ini dapat dilihat dari hadis

¹⁹ Abu Abdillah Ahmad bin Hanbal, *Musnad Imam ...*, h. 512.

²⁰ Muhammad bin Isa bin Saurah bin Musa bin Dhahak at-Tirmidzi, *Al Jami' al-Kabir (Sunan at-Tirmidzi)*. Juz 3. (Beirut: Dar Al Gharb Al Islami, 1998), h. 431.

أَكْمَلُ الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا²¹

Artinya : "Kaum mukminin yang paling baik imannya adalah yang paling baik akhlaknya." (H.R. Abu Daud, No. 4682).

e. Akhlak merupakan bukti salah satu bentuk ibadah kepada Allah.

Misalnya shalat, zakat, puasa, dan haji. Firman Allah :

وَأَقِمِ الصَّلَاةَ إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ

Artinya: "...dan dirikanlah shalat. Sesungguhnya shalat itu mencegah dari (perbuatan-perbuatan) keji dan mungkar..." (QS. al-Ankabut: 45).

f. Rasulullah senantiasa berdoa agar Allah memberikan kebaikan akhlak kepadanya. Rasulullah Saw pernah berdoa:

اللَّهُمَّ أَنْتَ الْمَلِكُ لَا إِلَهَ لِي إِلَّا أَنْتَ أَنْتَ رَبِّي وَأَنَا عَبْدُكَ ظَلَمْتُ نَفْسِي
وَاعْتَرَفْتُ بِذُنُوبِي فَاعْفُرْ لِي ذُنُوبِي جَمِيعًا إِنَّهُ لَا يَغْفِرُ الذُّنُوبَ إِلَّا أَنْتَ وَاِهْدِنِي
لِأَحْسَنِ الْأَخْلَاقِ لَا يَهْدِي لِأَحْسَنِهَا إِلَّا أَنْتَ وَاصْرِفْ عَنِّي سَيِّئَهَا لَا يَصْرِفُ
سَيِّئَهَا إِلَّا أَنْتَ²²

Artinya : ...”Ya Allah, Engkau adalah Rabbku dan aku dalah hamba-Mu, aku telah berbuat aniaya terhadap diriku sendiri dan mengakui kesalahanku, maka ampunilah dosaku semuanya, dan tiadalah yang dapat mengampuni dosaku itu melainkan Engkau. Tunjukilah aku kepada akhlak yang baik, dan tak ada yang dapat menunjuki kepada akhlak yang terbaik melainkan Engkau. Dan jauhkanlah aku dari akhlak yang tercela, karena tidak ada yang dapat menjauhkanku dari akhlak yang tercela melainkan Engkau...” (H.R. Abu Daud, Nomor: 760).

²¹ Abu Dawud Sulaiman bin Al-Asy'ats As-Sijistani, *Sunan Abi Daud. Juz 7* (Beirut : Dar Alrisalah Alalamiah, 2009), h. 70.

²² Abu Dawud Sulaiman bin Al-Asy'ats As-Sijistani, *Sunan Abi Daud. Juz 2* (Beirut : Dar Alrisalah Alalamiah, 2009), h. 72.

3. Ruang Lingkup Akhlak

Muhammad Abdullah Draz dalam bukunya "*Dustur al-Akhlaq fi al-Islam*" membagi ruang lingkup akhlak menjadi lima jenis bagian yaitu :

- a. Akhlak pribadi, terdiri dari: yang diperintahkan, yang dilarang, yang dibolehkan, dan akhlak dalam keadaan darurat.
- b. Akhlak berkeluarga, terdiri dari: kewajiban timbal balik orang tua dan anak, kewajiban suami isteri dan, kewajiban terhadap karib kerabat.
- c. Akhlak bermasyarakat, terdiri dari: yang dilarang, yang diperintahkan, dan kaedah-kaedah adab.
- d. Akhlak bernegara, terdiri dari: hubungan antara pimpinan dan rakyat, berhubungan luar negeri.
- e. Akhlak beragama, yaitu kewajiban terhadap Allah Swt.²³

Berdasarkan sistematika di atas, terlihat bahwa ruang lingkup akhlak itu sangatlah luas meliputi seluruh aspek kehidupan, baik secara vertikal dengan Allah maupun secara horizontal dengan sesama makhluknya. Selanjutnya, dari sistmatika di atas dengan sedikit memodifikasi maka peneliti membagi pembahasan akhlak menjadi yaitu :

a. Akhlak Terhadap Allah

Akhlak kepada Allah merupakan akhlak terpenting dalam ajaran agama Islam melebihi akhlak terhadap sesama manusia. Hal ini dilakukan karena Allah adalah Rabb yang menciptakan manusia dan memberikan rejeki kepada seluruh manusia. Diantara akhlak kepada Allah adalah sebagai berikut :

²³ Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlaq* (Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam, 1999), h.5.

1) Tidak Menyekutukan Allah dengan Sesuatu Apapun

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ
مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَّكُمْ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٢﴾

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dia menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia menghasilkan dengan hujan itu segala buah-buahan sebagai rezeki untukmu; karena itu janganlah kamu mengadakan sekutu-sekutu bagi Allah, padahal kamu mengetahui”. (Q.S. al-Baqarah : 22).

2) Taat Dalam Menjalankan Perintah Allah dan Menjauhi Larangannya

قُلْ أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ ۖ فَإِن تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْهِ مَا حُمِّلَ
وَعَلَيْكُمْ مَا حُمِّلْتُمْ ۖ وَإِن تُطِيعُوهُ تَهْتَدُوا وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا
الْبَلَاغُ الْمُبِينُ ﴿٥٤﴾

Artinya : “Katakanlah: "Taat kepada Allah dan taatlah kepada rasul; dan jika kamu berpaling maka sesungguhnya kewajiban rasul itu adalah apa yang dibebankan kepadanya, dan kewajiban kamu sekalian adalah semata-mata apa yang dibebankan kepadamu. Dan jika kamu taat kepadanya, niscaya kamu mendapat petunjuk. Dan tidak lain kewajiban rasul itu melainkan menyampaikan (amanat Allah) dengan terang" (Q.S. An-Nuur : 54).

3) Mensyukuri Nikmat Yang Telah Allah Anugerahkan

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ۖ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ

عَذَابِي لَشَدِيدٌ ﴿٧﴾

Artinya: “Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan”;
"Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih" (Q.S. Ibrahim: 7).

4) Ridha Dan Sabar Terhadap Takdir Yang Telah Ditetapkan Allah

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ

وَالْأَنْفُسِ وَالشَّمْرَاتِ ۗ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ ﴿١٥٥﴾ الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ

قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ ﴿١٥٦﴾ أُولَٰئِكَ عَلَيْهِمْ صَلَوَاتٌ مِّن رَّبِّهِمْ

وَرَحْمَةٌ ۖ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُهْتَدُونَ ﴿١٥٧﴾

Artinya: “Dan sungguh akan Kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar.” (Yaitu orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka mengucapkan: "Inna lillaahi wa innaa ilaihi raaji'uun". Mereka itulah yang mendapat keberkatan yang sempurna dan rahmat dari Tuhan mereka dan mereka itulah orang-orang yang mendapat petunjuk. (Q.S. al-Baqarah: 155-157).

5) Bertaubat kepada Allah ketika Berbuat Dosa

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا تُوبُوا إِلَى اللَّهِ تَوْبَةً نَّصُوحًا عَسَىٰ رَبُّكُمْ أَن
يُكَفِّرَ عَنْكُمْ سَيِّئَاتِكُمْ وَيُدْخِلَكُم جَنَّاتٍ تَجْرِي مِن تَحْتِهَا
الْأَنْهَارُ يَوْمَ لَا يُخْزِي اللَّهُ النَّبِيَّ وَالَّذِينَ ءَامَنُوا مَعَهُ نُورُهُمْ يَسْعَىٰ
بَيْنَ أَيْدِيهِمْ وَبِأَيْمَانِهِمْ يَقُولُونَ رَبَّنَا أَتْمِمْ لَنَا نُورَنَا وَاغْفِرْ لَنَا إِنَّكَ
عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertaubatlah kepada Allah dengan taubatan nasuhaa (taubat yang semurni-murninya). Mudah-mudahan Rabbmu akan menutupi kesalahan-kesalahanmu dan memasukkanmu ke dalam jannah yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, pada hari ketika Allah tidak menghinakan Nabi dan orang-orang mukmin yang bersama dia; sedang cahaya mereka memancar di hadapan dan di sebelah kanan mereka, sambil mereka mengatakan:”, “Ya Rabb kami, sempurnakanlah bagi kami cahaya kami dan ampunilah kami; Sesungguhnya Engkau Maha Kuasa atas segala sesuatu” (Q.S. at-Tahrim : 8).

Setiap manusia melakukan kesalahan, maka setiap melakukan kesalahan maka dia harus bertaubat kepada Allah. Hal ini sesuai yang disabdakan Rasulullah Saw yaitu:

كُلُّ ابْنِ آدَمَ خَطَّاءٌ وَخَيْرُ الْخَطَّائِينَ التَّوَّابُونَ²⁴

Artinya: ... "Semua anak cucu Adam banyak salah dan sebaik-baik orang yang bersalah adalah mereka yang bertaubat." ... (H.R. Tirmidzi, Nomor: 2499).

²⁴ Muhammad bin Isa bin Saurah bin Musa bin Dhahak at-Tirmidzi, *Al Jami' al-Kabir (Sunan at-Tirmidzi)*. Juz 4. (Beirut: Dar Al Gharb Al Islami, 1998), h. 240.

b. Akhlak Terhadap Rasulullah

Selain akhlak kepada Allah, seorang muslim haruslah ia berakhlak kepada Nabi atau Rasulullah Saw meskipun Nabi telah lama meninggal dan tidak bertemu dengannya. Hendaklah setiap muslim mengikuti dan meneladani budi pekerti Rasulullah Saw, hal ini sesuai firman Allah yaitu:

لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ

بِاللُّمُومِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢٨﴾

Artinya: “Sungguh telah datang kepadamu seorang Rasul dari kaummu sendiri, berat terasa olehnya penderitaanmu, sangat menginginkan (keimanan dan keselamatan) bagimu, amat belas kasihan lagi penyayang terhadap orang-orang mukmin” (Q.S. at-Taubah : 128).

Adapun bentuk-bentuk akhlak kepada Rasulullah Saw adalah sebagai berikut:

1) Mencintai dan Memuliakan Rasul

قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ

وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ أُفْتَرْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا

وَمَسَاكِينُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي

سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ

الْفٰسِقِينَ ﴿١٢٤﴾

Artinya: “Katakanlah: "jika bapa-bapa, anak-anak, saudara-saudara, isteri-isteri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari Allah dan Rasul-Nya dan dari

berjihad di jalan-Nya, maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan-Nya". "Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik" (Q.S. at-Taubah: 24).

Selain itu, ketika seorang muslim yang mengaku beriman tetapi dia lebih mendahulukan orang lain daripada Allah dan Rasulnya, maka Nabi Saw tidak mau mengakuinya sebagai sebagai orang yang beriman. Ketika iman kita tulus maka pasti setiap muslim akan mencintai Rasulullah Saw, karena cinta itulah yang membuktikan seorang muslim beriman atau tidak kepadanya. Rasulullah Saw bersabda:

لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّىٰ أَكُونَ أَحَبَّ إِلَيْهِ مِنْ وَالِدِهِ وَوَلَدِهِ وَالنَّاسِ أَجْمَعِينَ²⁵

Artinya: *"Tidaklah beriman seorang dari kalian hingga aku lebih dicintainya daripada orang tuanya, anaknya dan dari manusia seluruhnya".* (H.R. Bukhari, Nomor: 15).

2) Mengikuti dan Mentaati Rasul

قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحْبِبْكُمُ اللَّهُ وَيَغْفِرْ لَكُمْ

ذُنُوبَكُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٣١﴾

Artinya: *"Katakanlah: Jika kamu (benar-benar) mencintai Allah, ikutilah aku, niscaya Allah mengasihi dan mengampuni dosa-dosamu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang."* (Q.S. al-Imran: 31).

Rasulullah Saw, selain wajib mengikutinya maka seorang muslim juga wajib mentaatinya. Firman Allah Swt:

مَنْ يُطِيعِ الرَّسُولَ فَقَدْ أَطَاعَ اللَّهَ وَمَنْ تَوَلَّىٰ فَمَا أَرْسَلْنَاكَ عَلَيْهِمْ

حَفِظًا ﴿٨٠﴾

²⁵ Muhammad bin Ismā'il Abu Abdullah al-Bukhārī al-Jafī', *al Jami' as-Ṣaḥīh al-Mukhtaṣar (Sahih Bukhari) Juz 9* (Beirut: Dar Tuq An-Najah, 1422), h. 12.

Artinya: “Barangsiapa yang mentaati Rasul itu, sesungguhnya ia telah mentaati Allah. Dan barangsiapa yang berpaling (dari ketaatan itu), maka Kami tidak mengutusmu untuk menjadi pemelihara bagi mereka” (Q.S. an-Nisa’ : 80).

3) Mengucapkan Shalawat dan Salam kepadanya

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا صَلُّوا

عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا ﴿٥٦﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah dan malaikat-malaikat-Nya bershalawat untuk Nabi. Hai orang-orang yang beriman, bershalawatlah kamu untuk Nabi dan ucapkanlah salam penghormatan kepadanya” (Q.S. al-Ahzab: 56).

Ayat tersebut menjelaskan, bahwa Allah menyuruh orang yang beriman untuk bershalawat kepada Nabi Muhammad Saw. Perintah bershalawat kepada Nabi selain bukti penghormatan kepadanya, maka bershalawat kepada Nabi bermanfaat bagi yang bershalawat kepadanya. Hal ini sesuai yang disabdakannya:

مَنْ صَلَّى عَلَيَّ وَاحِدَةً صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ عَشْرًا²⁶

Artinya: "Barangsiapa bershalawat kepadaku satu kali maka Allah akan bershalawat untuknya sepuluh kali." (H.R. Ahmad, Nomor: 8454).

4) Melanjutkan Misi Rasul

Sebagai seorang muslim hendaklah ia melanjutkan misi dakwah yang diemban oleh Rasulullah Saw. Misi dakwah Rasulullah adalah menyebarkan nilai-nilai ajaran Islam. Dalam menyampaikan nilai-nilai Islam hendaklah seorang muslim harus hati-hati tidak sembarangan dalam menyampaikannya. Rasulullah Saw bersabda:

²⁶ Abu Abdillah Ahmad bin Hanbal, *Musnad Imam Ahmad bin Hanbal*. Juz 14 ., h. 444.

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً وَحَدِّثُوا عَن بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَا حَرَجَ وَمَنْ كَذَبَ عَلَيَّ مُتَعَمِّدًا
فَلْيَتَبَوَّأْ مَقْعَدَهُ مِنَ النَّارِ²⁷

Artinya: "Sampaikan dariku sekalipun satu ayat dan ceritakanlah (apa yang kalian dengar) dari Bani Isra'il dan itu tidak apa (dosa). Dan siapa yang berdusta atasku dengan sengaja maka bersiap-siaplah menempati tempat duduknya di neraka". (H.R. al-Bukhari : 3461).

c. Akhlak Orang Tua

Berakhlak kepada orang tua merupakan hak terbesar yang wajib dilakukan oleh setiap muslim dalam keadaan orang tua masih hidup di dunia ataupun ketika orang tua telah meninggal. Adapun akhlak yang harus dilakukan setiap muslim kepada orang tuanya adalah sebagai berikut²⁸ :

1) Mentaati Orang Tua Selama Tidak Bertentangan dengan Hukum Allah

Wajib hukumnya setiap orang muslim mentaati orang tua, sedangkan mengingkari atau mendurhakai orang tua hukumnya haram dan merupakan salah satu perbuatan dosa besar kecuali apabila mereka memerintahkan sesuatu yang bertentangan dengan hukum Allah seperti menyuruh berbuat syirik ataupun menyuruh berbuat maksiat kepada Allah. Allah berfirman yaitu:

وَإِنْ جَاهِدَاكَ عَلَىٰ أَنْ تُشْرِكَ بِي مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ فَلَا تُطِعْهُمَا^ط

وَصَاحِبُهُمَا فِي الدُّنْيَا مَعْرُوفًا^ط وَأَتَّبِعْ سَبِيلَ مَنْ أَنَابَ إِلَيَّ ثُمَّ إِلَيَّ

مَرْجِعُكُمْ فَأُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٥﴾

²⁷ Muhammad bin Isma'il Abu Abdullah al-Bukhāri al-Jafi', *al Jami' as-Ṣaḥīh al-Mukhtaṣar (Sahih Bukhari) Juz 4* (Beirut: Dar Tuq An-Najah, 1422), h. 170.

²⁸ Hidayatullah Ismail dan Syafril Siregar, *Akhlak Islami: Membina Generasi Berprikabadian Islam* (Pekan Baru: Suska Press, 2011), h. 38.

Artinya: “Dan jika keduanya memaksamu untuk mempersekutukan dengan Aku sesuatu yang tidak ada pengetahuanmu tentang itu, maka janganlah kamu mengikuti keduanya, dan pergaulilah keduanya di dunia dengan baik, dan ikutilah jalan orang yang kembali kepada-Ku, kemudian hanya kepada-Kulah kembalimu, maka Kuberitakan kepadamu apa yang telah kamu kerjakan”. (Q.S. Luqman : 15).

Selanjutnya, sabda Rasulullah Saw juga menerangkan bahwa ada larangan untuk taat kepada manusia dalam bermaksiat kepada Allah.

لَا طَاعَةَ لِبَشَرٍ فِي مَعْصِيَةِ اللَّهِ²⁹

Artinya: “Tidak ada ketaatan kepada manusia dalam hal maksiat kepada Allah” (H.R. Ahmad, Nomor: 1.065).

2) Merendahkan Diri dan Lemah Lembut di hadapan Orang Tua

Ketika berbicara atau berhadapan dengan orang tua hendaklah setiap muslim senantiasa merendahkan diri dan bersikap lemah lembut. Allah Swt berfirman:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ

عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا

وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴿٢٣﴾ وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ

وَقُلْ رَبِّ أَرْحَمُهُمَا كَمَا رَبَّبَانِي صَغِيرًا ﴿٢٤﴾

Artinya: “Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka

²⁹ Abu Abdillah Ahmad bin Hanbal, *Musnad Imam Ahmad bin Hanbal*. Juz 2 (Beirut : Muasasah ar-Risalah, 2001), h.318.

sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan 'ah' dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia. Dan rendahkanlah dirimu terhadap mereka berdua dengan penuh kesayangan dan ucapkanlah: Wahai Tuhanku, kasihilah mereka keduanya, sebagaimana mereka berdua telah mendidik aku waktu kecil". (Q.S. al-Isra: 23-24).

3) Meminta Izin Ketika Pergi

Salah satu akhlak kepada orang tua yang banyak disepelekan orang muslim adalah jarangnyanya mereka meminta izin kepada orang tua tatkala mereka akan pergi. Padahal Rasulullah Saw pernah melarang shahabat untuk berjihad dikarenakan ia masih memiliki orang tua. Sabda Rasulullah Saw yaitu:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ أَنَّ رَجُلًا هَاجَرَ إِلَى رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
 مِنَ الْيَمَنِ فَقَالَ هَلْ لَكَ أَحَدٌ بِالْيَمَنِ قَالَ أَبُو آيٍ قَالَ أَدْنَا لَكَ قَالَ لَا قَالَ
 ارْجِعْ إِلَيْهِمَا فَاسْتَأْذِنْهُمَا فَإِنْ أَدْنَا لَكَ فَجَاهِدْ وَإِلَّا فَبِرَّهُمَا³⁰

Artinya: "Dari Abu Sa'id Al Khudri, bahwa seorang laki-laki berhijrah kepada Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam dari Yaman dan berkata; apakah engkau memiliki seseorang di Yaman? Ia berkata; kedua orang tuaku." Beliau berkata: "Apakah mereka berdua mengizinkanmu?" Ia berkata; tidak. Beliau berkata: "Kembalilah kepada mereka berdua dan mintalah izin kepada mereka, apabila mereka mengizinkan maka berjihadlah dan jika tidak maka berbaktilah kepada mereka berdua!" (H.R. Abu Daud, Nomor: 2.530).

4) Tidak Mencaci Maki Orang Tua

Mencaci maki atau yang semisalnya seperti membentak, menghina, dan lain sebagainya kadang tanpa sadar dilakukan seorang anak kepada orang

³⁰ Abu Dawud Sulaiman bin Al-Asy'ats As-Sijistani, *Sunan Abi Daud. Juz 4* (Beirut : Dar Alrisalah Alalamiah, 2009), h. 183.

tua. Bahkan hanya sekedar bergurau dengan temannya dengan saling mengejek atau menghina nama orang tua itu juga sudah termasuk perbuatan yang mendatangkan dosa yang besar. Rasulullah Saw bersabda:

مِنْ أَكْبَرِ الْكَبَائِرِ أَنْ يَلْعَنَ الرَّجُلُ وَالِدَيْهِ قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ وَكَيْفَ يَلْعَنُ الرَّجُلُ
وَالِدَيْهِ قَالَ يَسُبُّ الرَّجُلُ أَبَا الرَّجُلِ فَيَسُبُّ أَبَاهُ وَيَسُبُّ أُمَّهُ³¹

Artinya : “*Sesungguhnya termasuk dari dosa besar adalah seseorang melaknat kedua orang tuanya sendiri, " beliau ditanya"; "Kenapa hal itu bisa terjadi wahai Rasulullah?" beliau menjawab : "Seseorang mencela (melaknat) ayah orang lain, kemudian orang tersebut membalas mencela ayah dan ibu orang yang pertama."* (H.R. Bukhari, Nomor: 5.973).

5) Mendahulukan Bakti Kepada Orang Tua daripada Orang Lain

Sebagai seorang muslim yang baik hendaklah dia lebih mendahulukan baktinya kepada orang tua daripada orang lain. Tapi kenyataannya banyak seorang muslim yang lebih patuh kepada orang lain dari pada orang tuanya.

6) Mendoakan Mereka baik ketika Hidup Maupun Meninggal Dunia

Sebagai seorang muslim, hendaklah ia senantiasa mendo'akan kedua orang tuanya dalam keadaan ketika masih hidup ataupun ketika mereka telah meninggal agar mereka mendapatkan ampunan dan rahmat dari Allah Swt. Allah berfirman:

وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي

صَغِيرًا ﴿٢٤﴾

Artinya: “*Dan rendahkanlah dirimu terhadap mereka berdua dengan penuh kesayangan dan ucapkanlah: Wahai Tuhanku, kasihilah mereka*

³¹ Muhammad bin Ismā'il Abu Abdullah al-Bukhārī al-Jafī', *al Jami' as-Ṣaḥīḥ al-Mukhtaṣar (Sahih Bukhari) Juz 8...*, h. 170. h. 3.

keduanya, sebagaimana mereka berdua telah mendidik aku waktu kecil." (Q.S. al-Isra: 24).

Rasulullah Saw memerintahkan kepada setiap muslim hendaklah tetap melakukan baktinya kepada orang tua meskipun telah meninggal dunia seperti memintakan ampunan orang tua, menunaikan janjinya, meneruskan silaturahmi, dan memuliakan teman-temannya. Sabdanya yaitu:

إِنَّ أَبْرَّ الْبِرِّ صَلََةُ الْمَرْءِ أَهْلَهُ وَوَدَّ أَبِيهِ بَعْدَ أَنْ يُؤَيِّبَ³²

Artinya: *"Sesungguhnya sebaik-baik bakti adalah seseorang menyambung tali silaturahmi kepada orang-orang yang dicintai oleh bapaknya sepeninggalnya"*. (H.R. Abu Daud, Nomor: 5.143).

d. Akhlak Kepada Teman

Banyak keterangan dari Alquran maupun hadis yang menyebutkan akhlak yang baik kepada sesama muslim yang harus dilakukan seorang muslim dengan muslim lainnya. Salah satu ayat yang menyebutkan anjuran akhlak kepada sesama adalah:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ^ط

إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya : *"Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya"* (Q.S. al-Maidah : 2).

Ayat tersebut menerangkan bahwa hendaklah melakukan tolong-menolong kepada sesamanya dalam mengerjakan kebaikan. Adapun keterangan dari hadis, banyak sekali hadis yang menjelaskan anjuran melakukan akhlak kepada sesama muslim. Berikut peneliti sebutkan beberapa hadis yang terkait dengan akhlak kepada sesama muslim. Rasulullah Saw bersabda:

³² Abu Dawud Sulaiman bin Al-Asy'ats As-Sijistani, *Sunan Abi Daud. Juz 7* ..., h. 456.

حَقُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ سِتُّ قَالُوا وَمَا هُنَّ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ إِذَا لَقَيْتَهُ سَلِّمْ عَلَيْهِ وَإِذَا دَعَاكَ فَأَجِبْهُ وَإِذَا اسْتَنْصَحَكَ فَانصَحْ لَهُ وَإِذَا عَطَسَ فَحَمِدِ اللَّهَ فَشَمِّتْهُ وَإِذَا مَرَضَ فَعُدَّهُ وَإِذَا مَاتَ فَاصْحَبْهُ³³

Artinya : “*Hak muslim atas muslim lainnya ada enam, para sahabat bertanya;*”, “*Apa saja wahai Rasulullah?*” beliau bersabda : “*Jika kamu bertemu ucapkan salam kepadanya, jika ia mengundangmu maka datangilah, jika ia meminta nasihat maka berilah nasihat, jika ia bersin dan mengucapkan pujian kepada Allah maka doakanlah, jika ia sakit maka jenguklah dan jika ia meninggal maka iringilah.*” (H.R. Ahmad, Nomor : 9.341).

Dari penjelasan hadis tersebut, dapat diterangkan bahwa ada enam akhlak antara sesama muslim yaitu:

- a. Jika berjumpa hendaklah mengucapkan salam.
- b. Jika ada yang mengundang maka penuhi undangannya.
- c. Jika meminta nasehat maka berilah nasehat kepadanya.
- d. Jika bersin maka do’akanlah.
- e. Jika sakit maka hendaklah ia menjenguknya.
- f. Selanjutnya jika meninggal bertakzilah dan iringilah jenazahnya sampai di pemakamannya atau kuburannya.

Selain hadis di atas, hadis yang diriwayatkan Bukhari Nomor 2.262 ini juga banyak menyebutkan tentang anjuran akhlak kepada sesama muslim. Rasulullah Saw bersabda:

الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يُسْلِمُهُ وَمَنْ كَانَ فِي حَاجَةِ أَخِيهِ كَانَ اللَّهُ فِي حَاجَتِهِ وَمَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبَاتٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ³⁴

³³ Abu Abdillah Ahmad bin Hanbal, *Musnad Imam Ahmad bin Hanbal*. Jilid 15 (Beirut : Muasasah ar-Risalah, 2001), h. 197.

³⁴ Muhammad bin Ismāil Abu Abdullah al-Bukhārī al-Jafī’, *al Jami’ as-Ṣaḥīḥ al-Mukhtaṣar (Sahih Bukhari) Juz 3* (Beirut: Dar Tuq An-Najah, 1422), h. 128.

Artinya: “Seorang muslim adalah saudara bagi muslim lainnya, dia tidak menzhaliminya dan tidak membiarkannya untuk disakiti. Siapa yang membantu kebutuhan saudaranya maka Allah akan membantu kebutuhannya. Siapa yang menghilangkan satu kesusahan seorang muslim, maka Allah menghilangkan satu kesusahan baginya dari kesusahan-kesusahan hari qiyamat. Dan siapa yang menutupi (aib) seorang muslim maka Allah akan menutup aibnya pada hari qiyamat”. (H.R. Bukhari, Nomor: 2.442).

Berdasarkan keterangan hadis tersebut, dapat dijelaskan bahwa beberapa akhlak antara sesama muslim yang harus dilakukan yaitu:

- a. Larangan meleakukan kezhaliman.
- b. Anjuran melakukan tolong-menolong.
- c. Anjuran menutup aib orang lain.

e. Akhlak Terhadap Lingkungan

Lingkungan merupakan sebuah tempat yang didalamnya terdapat hewan, tumbuhan, dan benda yang tidak bernyawa seluruhnya diciptakan Allah Swt. Hewan, tumbuhan dan benda-benda tersebut merupakan kepunyaan Allah dan seluruhnya mempunyai ketergantungan kepada Allah Swt. Kepercayaan ini menerangkan pada seorang Muslim untuk menyadari bahwa seluruhnya adalah makhluk Allah yang semestinya diperlakukan secara baik dan wajar. Diantara akhlak kepada lingkungan adalah sebagai berikut:

1) Berbuat Baik Kepada Binatang

وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا طَيْرٍ يَطِيرُ بِجَنَاحَيْهِ إِلَّا أُمَّةٌ أَمْثَالُكُمْ

مَا فَرَّطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ يُحْشَرُونَ ﴿٣٨﴾

Artinya: “Dan tiadalah binatang-binatang yang ada di bumi dan burung-burung yang terbang dengan kedua sayapnya, melainkan umat (juga) seperti

kamu. Tiadalah Kami alpakan sesuatupun dalam Al-Kitab, kemudian kepada Tuhanlah mereka dihimpunkan”. (Q.S. al-An’aam : 38).

Dari ayat di atas, jelas bahwa seluruh binatang yang ada di bumi maupun burung yang dapat terbang mereka itu sama seperti manusia yaitu sama-sama ciptaan Allah. Karena mereka sama seperti manusia maka hendaklah seseorang juga melakukan kebaikan terhadap seluruh binatang yang tinggal di bumi.

2) Memanfaatkan Alam Sebagai Sarana Yang Telah Allah Ciptakan Untuk Manusia

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعْيَشًا قَلِيلًا مَّا

تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : “*Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur*” (Q.S. al-A’raf : 10).

Ayat tersebut menerangkank bahwa Allah telah mengingatkan manusia tentang karunia yang telah Allah berikan kepada manusia, yaitu menjadikan bumi sebagai tempat tinggal mereka. Allah memperbolehkan manusia memanfaatkan alam ini untuk mengeluarkan rezeki dari alam tersebut. Mengelola dan memanfaatkannya memerlukan usaha dan kerja keras karea Allah tidak memberikan barang jadi dan siap pakai akan tetapi bahan mentah yang harus dikelola dengan menggunakan potensi yang telah Allah berikan kepada manusia.

3) Menjaga Alam dan Melestarikannya

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴿١٧﴾

Artinya: “*Dan tidaklah Kami mengutus kamu melainkan untuk menjadi rahmat bagi semesta alam*” (Q.S. al-Anbiya’: 107).

Berdasarkan surat al-Anbiya’ 107 di atas, terdapat perintah agar manusia selaku ummat Nabi Muhammad dan mengamalkan ajarannya hendaklah

selalu menjaga dan melestarikan alam yang ada di dunia ini. Dan jangan malah merusaknya sehingga dapat menimbulkan malapetaka yang justru dapat merugikan manusia.

B. Komunikasi Kelompok

1. Pengertian Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok terdiri dari dua kata yaitu komunikasi dan kelompok. Menurut John Fiske, komunikasi adalah salah satu dari aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi memiliki variasi definisi yang tidak terhingga seperti; saling berbicara satu sama lain, televisi, penyebaran informasi, gaya rambut kita, kritik sastra, dan masih banyak lagi.³⁵

Secara etimologi istilah komunikasi dalam bahasa Inggris disebut *communication* berasal dari kata Latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Jadi, kalau ada dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan.³⁶

Sedangkan secara terminologi komunikasi adalah proses penyampaian suatu proses pernyataan kepada orang lain untuk memberi tau atau merubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media.³⁷

Everet M. Rogers seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika bersama D. Lawrence Kincaid mendefinisikan komunikasi sebagai berikut, komunikasi adalah proses dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Kemudian menurut Shannon dan Weaver komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya,

³⁵ John Fiske, *Introduction to Communication Studies/Pengantar Ilmu Komunikasi* terj. Hapsari Dwiningtyas (Jakarta: Rajawali Pers. 2012), h. 1.

³⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2011), h.9.

³⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1999), h.5.

sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan komunikasi verbal atau non verbal tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.³⁸

Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale (1981) adalah ahli sosiologi Amerika, mengatakan bahwa, “*communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals*”.³⁹ Maksudnya adalah bahwa komunikasi adalah suatu proses individu mengirimkan rangsangan (dalam bentuk verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain.

Sedangkan Dance mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha ‘menimbulkan respons melalui lambang-lambang verbal’, ketika lambang-lambang verbal tersebut bertindak sebagai stimuli. Raymond S. Ross mendefinisikan komunikasi sebagai proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respons yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber.⁴⁰

Walstrom mengutip dari beberapa sumber menampilkan beberapa definisi komunikasi, yakni :

1. Komunikasi antarmanusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif.
2. Komunikasi merupakan pertukaran pesan-pesan secara tertulis dan lisan melalui percakapan, atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner.
3. Komunikasi merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode lainnya.
4. Komunikasi merupakan pengalihan informasi dari seorang kepada orang lain.
5. Pertukaran makna antara individu dengan menggunakan sistem simbol yang sama.

³⁸ *Ibid*, h. 16-19.

³⁹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi. Cct. 7* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 2.

⁴⁰ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2007), h. 3.

6. Komunikasi adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui suatu saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu.
7. Komunikasi adalah setiap proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melainkan melalui bahasa tubuh, atau gaya atau tampilan pribadi, atau hal lain di sekelilingnya yang memperjelas makna.⁴¹

Berdasarkan uraian di atas tentang pengertian komunikasi yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli baik ahli komunikasi dan pendidikan, ahli sosiologi, dan ahli psikologi, meskipun mendefinisikan komunikasi dengan cara yang berbeda-beda akan tetapi apa yang telah mereka kemukakan tentang definisi komunikasi pada dasarnya mempunyai penekanan arti yang sama, bersifat komplementer dan makna komunikasi sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi.

Definisi tersebut juga menerangkan bahwa komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian dan pertukaran pesan atau informasi yang dilakukan secara verbal maupun nonverbal antara komunikandan dengan komunikator untuk mengubah tingkah laku dalam aspek kognitif, afektif dan psikomotorik. Dengan kata lain, ilmu komunikasi merupakan salah satu ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner.

Selanjutnya pengertian kelompok. Dalam ilmu sosial yang disebut dengan kelompok bukanlah sejumlah orang yang berkelompok atau berkumpul bersama-sama disuatu tempat, misalnya sejumlah orang yang berkumpul di pasar untuk berbelanja, orang-orang yang berkumpul di terminal bus, atau orang-orang yang mengantri di depan loket pembayaran listrik, semuanya disebut dengan agregat (proses pengumpulan sejumlah orang yang terpisah-pisah menjadi satu) bukan kelompok. Mengapa dapat disebut seperti itu? Jawabannya adalah karena beradanya mereka di tempat tersebut secara bersama-sama merupakan faktor kebetulan saja, mereka berkumpul karena tertarik perhatiannya oleh sesuatu. Selain itu mereka tidak saling mengenal walaupun ada proses interaksi atau komunikasi di antara mereka hal tersebut terjadi pada saat itu saja setelah itu

⁴¹ Alo Liliweri, *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011) h. 8.

mereka akan pergi dan tidak pernah terjadi lagi interaksi atau komunikasi diantara mereka.

Pengertian kelompok, menurut Baron dan Byrne sebagaimana dikutip oleh Jalaluddin Rahmat adalah, “Suatu kelompok diperlukan kesadaran pada anggota-anggotanya akan ikatan yang sama yang mempersatukan mereka. Kelompok mempunyai tujuan dan organisasi (tidak selalu formal) dan melibatkan interaksi diantara anggota-anggotanya. Jadi, dengan perkataan lain, kelompok mempunyai dua tanda psikologis. Pertama, anggota-anggota kelompok mereka terikat dengan kelompok *sense of belonging* yang tidak dimiliki oleh orang bukan anggota. Kedua, nasib anggota-anggota kelompok saling bergantung sehingga hasil setiap orang terkait dalam cara tertentu dengan hasil yang lain”.⁴²

Kelompok memiliki cita-cita, untuk menggapai cita-cita tersebut maka kelompok mempunyai, “pertama tujuan objektif, kedua sistem norma, ketiga pola tindakan (pemikiran secara bertahap bagaimana cita-cita kelompok hendak dicapai) dan keempat sistem sanksi (terhadap individu yang tidak bertindak sesuai dengan tujuan ataupun menghambat perwujudan tujuan tersebut, sikap penunjang mana diharapkan dari setiap anggota kelompoknya)”.⁴³

Andik Purwasito memberikan pengertian kelompok yaitu beberapa orang yang didasarkan atas dasar beberapa kesamaan mendasar seperti persepsi, motivasi, dan tujuan mereka bergabung dalam kelompok tersebut.⁴⁴

Miftah Thohah memberikan definisi kelompok, ialah tidak terlepas dari pembentukan kelompok itu sendiri. Ia juga tidak dapat melepaskannya dari karakteristik yang menonjol dari kelompok tersebut, yaitu:

- a. Adanya dua orang atau lebih.
- b. Yang berinteraksi satu sama lainnya.
- c. Saling membagi beberapa tujuan yang sama.
- d. Melihat dirinya sebagai suatu kelompok.⁴⁵

⁴² Jalaluddin Rahmat, *Psikologi* h. 142.

⁴³ Astrid S.Susanto, *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial* (Bandung: Bina Cipta, 1983) h. 11.

⁴⁴ Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural* (Surakarta: Muhammadiyah Universty Press, 2003), h. 165

⁴⁵ Syukur Kholil (Ed), *Teori Komunikasi Massa* (Bandung: Ciptapustaka Media Perintis, 2011), h. 66.

Dari berbagai pengertian kelompok di atas, maka penulis mengambil kesimpulan tentang apa itu kelompok. Disebut suatu kelompok apabila memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Terdiri dari dua orang atau lebih.
- b. Adanya hubungan psikologis atau ikatan yang menyatukan mereka.
- c. Adanya tujuan dan organisasi bergabung dalam kelompok tersebut.
- d. Adanya persamaan persepsi dan motivasi mereka dalam kelompok.
- e. Melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya.
- f. Adanya jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan dan cita-cita dari kelompok tersebut.

Tidak semua kumpulan individu dapat dimasukkan dalam kategori kelompok. Karena dapat saja kumpulan-kumpulan individu tersebut berupa rombongan atau gerombolan yang tanpa sengaja mereka berkumpul bersama di suatu tempat seperti apa yang telah penulis kemukakan di atas.

Adapun disebut dengan kelompok apabila terdapat beberapa kriteria yang telah penulis uraikan di atas walaupun tidak selalu berada secara bersama-sama di suatu tempat. Mereka dapat saja terpisah dengan syarat hubungan psikologis diantara mereka tetap terikat. Contoh dari kelompok tersebut adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pegawai kantor, kelompok karyawan pabrik, kelompok mahasiswa, anggota perkumpulan olah raga seperti sepak bola, dan lain sebagainya.

Dari beberapa uraian di atas maka dapat disimpulkan yang dimaksud dengan komunikasi kelompok yaitu komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang, memiliki hubungan psikologi, persepsi, motivasi, interaksi, dan tujuan mereka dalam kelompok tersebut untuk jangka waktu tertentu.

2. Unsur-Unsur Komunikasi Kelompok

Michael Burgoon dan Michael Ruffner menjelaskan bahwa ada empat unsur atau elemen dalam komunikasi kelompok yaitu interaksi tatap muka, jumlah partisipan yang terlibat, maksud dan tujuan yang dikehendaki, dan

kemampuan anggota untuk menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya.⁴⁶ Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. Interaksi Tatap Muka

Dalam komunikasi kelompok, setiap anggota kelompok harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya. Selain itu setiap anggota kelompok juga harus dapat mengatur *feedback* secara verbal maupun nonverbal dari setiap anggotanya ketika mereka sedang melakukan interaksi.

b. Jumlah Partisipan

Jumlah partisipan dalam komunikasi kelompok adalah berkisar antara 3-20 orang. Jika jumlah partisipan lebih dari 20 orang, maka kurang efektif untuk melakukan interaksi dari setiap anggota kelompok untuk mendengar dan melihat anggota lainnya.

c. Maksud dan Tujuan yang Dikehendaki

Maksud dan tujuan dalam komunikasi kelompok menunjukkan adanya tipe identitas kelompok. Misalnya jika tujuan kelompok untuk berbagi informasi maka komunikasi yang dilakukan adalah untuk menanamkan pengetahuan. Dan apabila tujuan kelompok adalah upaya pemecahan masalah, maka kelompok tersebut biasanya melibatkan beberapa tipe pembuatan keputusan untuk mengurangi kesulitan-kesulitan yang dihadapi.

d. Kemampuan Anggota Untuk Menumbuhkan Karakteristik pribadi Anggota Lainnya

Artinya yaitu bahwa setiap anggota kelompok secara tidak langsung berhubungan satu sama lain, maksud atau tujuan kelompok sudah didefinisikan dengan jelas. Selain itu identifikasi setiap anggota dengan kelompoknya relatif stabil dan permanen.⁴⁷

Ronald Adler dan George Rodman menjelaskan bahwa unsur atau elemen dari komunikasi kelompok juga terdapat empat elemen yaitu:

⁴⁶ Sasa Djuarsa Sendjaya, dkk., *Teori Komunikasi.Cet. 2* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), h. 3.4.

⁴⁷ *Ibid.*

a. Interaksi

Interaksi dalam komunikasi kelompok merupakan faktor yang penting karena seseorang dapat melihat perbedaan antara kelompok yang disebut dengan istilah *coact*. *Coact* adalah sekumpulan orang yang secara serentak terikat dalam aktivitas yang sama tetapi tanpa komunikasi satu sama lain. Misalnya, mahasiswa yang hanya pasif mendengarkan suatu perkuliahan, secara teknis belum dapat disebut sebagai kelompok. Mereka dapat dikatakan sebagai kelompok apabila sudah mulai mempertukarkan pesan dengan dosen atau rekan mahasiswa lainnya.

b. Waktu

Sekumpulan orang yang berinteraksi untuk jangka waktu yang singkat, tidak dapat dikatakan sebagai kelompok. Kelompok mempersyaratkan interaksi dalam jangka waktu yang panjang karena dengan interaksi ini akan dimiliki karakteristik atau ciri yang tidak dimiliki oleh kumpulan yang bersifat sementara.

c. Ukuran

Tidak ada ukuran yang pasti mengenai jumlah anggota dalam suatu kelompok. Aday yang memberi batas 3-8 orang, 3-15 orang, dan 3-20 orang. Untuk mengatasi perbedaan jumlah anggota tersebut muncul konsep yang dikenal dengan istilah *small-ness*. *Small-ness* adalah kemampuan setiap anggota kelompok untuk dapat mengenal dan memberi reaksi kepada anggota lainnya. Dengan *small-ness* ini, kuantitas tidak dipersoalkan sepanjang setiap anggota mampu mengenal dan memberi reaksi kepada anggota lain atau setiap anggota mampu melihat dan mendengar anggota yang lain.

d. Tujuan

Tujuan mengandung arti bahwa keanggotaan dalam suatu kelompok akan membantu individu yang menjadi anggota kelompok tersebut dapat mewujudkan satu atau lebih tujuannya.⁴⁸

⁴⁸ *Ibid.*, h.3.4-3.5.

3. Klasifikasi Kelompok

Jalaluddin Rahmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi, mengklasifikasikan kelompok berdasarkan pendapat ahli psikologi dan sosiologi sebagai berikut:

a. Kelompok Primer dan Kelompok Sekunder

Charles Harton Cooley mengatakan, kelompok primer seperti hubungan keluarga, kawan-kawan sepermainan, tetangga dekat, terasa lebih akrab dan lebih personal dan menyentuh hati. Komunikasi kelompok primer bersifat dalam dan meluas menembus kepribadian yang paling tersembunyi.⁴⁹

Hal di atas senada dengan apa yang dikatakan oleh Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam bukunya “*Human Communication*” tentang komunikasi primer. Menurutnya komunikasi primer adalah unit sosial mendasar tempat kita bernaung. Keluarga kita merupakan kelompok primer kita yang pertama. Teman-masa teman kecil kita merupakan kelompok kecil lainnya.⁵⁰

Jika kelompok primer pada pengertian di atas adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama, maka yang disebut dengan kelompok sekunder secara sederhana adalah lawan dari kelompok primer, yaitu kelompok yang hubungan anggotanya tidak akrab, tidak personal dan tidak menyentuh hati kita, seperti organisasi massa, serikat buruh dan sebagainya.

Jalaludin Rakhmat membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

- 1) Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur *backstage* (perilaku yang kita tampilkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.

⁴⁹ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, h., 142

⁵⁰ Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Terj. Deddy Mulyana (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996), h. 66..

- 2) Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.
- 3) Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder adalah sebaliknya.
- 4) Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.
- 5) Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.⁵¹

b. Kelompok Ingroup dan Outgroup

Ingroup adalah kelompok kita, dan *outgroup* adalah kelompok mereka. *Ingroup* dapat berupa kelompok primer maupun sekunder. Keluarga kita adalah *ingroup* yang kelompok primer. Fakultas kita adalah *ingroup* yang kelompok sekunder. Perasaan *ingroup* diungkapkan dengan kesetiaan, solidaritas, kesenangan, dan kerjasama. Untuk membedakan *ingroup* dan *outgroup*, kita membuat batas (*boundaries*), yang menentukan siapa masuk orang dalam, dan siapa orang luar. Batas-batas ini dapat berupa lokasi geografis (Indonesia, Malaysia), suku bangsa (Sunda, Jawa), pandangan atau ideologi (kaum Muslimin, kaum Nasrani, Marxis), pekerjaan atau profesi (dokter, tukang becak), bahasa (Jerman, Spanyol), status sosial (kelompok menengah, elit), dan kekerabatan (keluarga, *clans*).⁵²

c. Kelompok Keanggotaan dan Kelompok Rujukan

Bila Cooley membagi kelompok primer dan sekunder, dan Sumner membagi kelompok menjadi kelompok *ingroup dan outgroup*, maka tahun 1930-an Theodore Newcomb membagi kelompok menjadi kelompok keanggotaan (*membership group*) dan kelompok rujukan (*reference group*).

Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggotanya secara administrasi dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Contohnya adalah tempat kuliah atau kampus misalnya Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) yang mana mahasiswa-mahasiswi itu semua adalah anggota civitas

⁵¹ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi*, h. 142-143.

⁵² *Ibid.*, h. 144.

academica UINSU. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standard) untuk menilai diri sendiri atau membentuk sikap. Jika anda menggunakan kelompok itu sebagai teladan bagaimana seharusnya bersikap, maka kelompok itu menjadi kelompok rujukan positif; dan jika anda menggunakannya sebagai teladan bagaimana seharusnya kita tidak bersikap, maka kelompok itu menjadi kelompok rujukan negatif.⁵³

Menurut teori kelompok rujukan mempunyai dua fungsi yaitu, fungsi komparatif, dan fungsi normatif. Fungsi kelompok rujukan mejadi tiga fungsi setelah Tamotsu Shibutani menambahkan satu fungsi lagi yaitu fungsi perspektif.

Contoh fungsi komparatif adalah apabila ada orang yang mengatakan “Saya menjadikan Islam sebagai kelompok rujukan saya untuk mengukur dan menilai keadaan status saya sekarang”.Adapun jika ia menambahkan perkataan, “sedangkan Islam juga memberikan kepada saya norma-norma dan sejumlah sikap yang harus saya miliki kerangka rujukan untuk membimbing prilaku saya. Perkataan tersebut disebut sebagai fungsi normatif. Selanjutnya apabila ia menambahkan perkataanya,“Islam juga memberikan saya cara memandang dunia ini, cara mendefinisikan situasi, mengorganisasikan pengalaman, dan memberikan makna pada berbagai objek, peristiwa dan orang yang saya temui. Perkataan tersebut dinamakan fungsi perspektif.

Para ahli persuasi sudah lama menyadari peranan kelompok rujukan dalam memperteguh atau mengubah sikap dan perilaku. Pada tahun 1973, Erwin P. Betinghaus menyebutkan cara-cara menggunakan kelompok rujukan dalam persuasi:

- 1) Jika kita mengetahui kelompok rujukan khalayak kita, hubungkanlah pesan kita dengan kelompok rujukan itu, dan fokuskanlah perhatian mereka kepadanya. Gunakanlah kelompok rujukan positif yang dapat mendukung pesan kita jika ingin pesan kita diterima.
- 2) Kelompok-kelompok itu mempunyai nilai yang bermacam-macam sebagai kelompok rujukan. Contohnya yaitu mungkin bagi sebagian

⁵³ *Ibid, h. 146.*

orang, keluarga mungkin lebih penting dari organisasi masa, namun bagi orang lain mungkin dapat sebaliknya yaitu organisasi massa lebih penting daripada keluarga.

- 3) Kelompok keanggotaan jelas menentukan serangkaian perilaku yang baku bagi anggota-anggotanya. Untuk menambah peluang diterimanya pesan kita sebaiknya gunakan standar perilaku yang baku bagi anggota-anggotanya.
- 4) Suasana fisik komunikasi dapat menunjukkan kemungkinan satu kelompok rujukan didahulukan dari kelompok rujukan yang lain. Misalnya bagi para penonton bioskop, kelompok artis lebih baik ditonjolkan daripada kelompok para kiai. Sebaliknya di Masjid, para penonton *rock* tidak baik untuk dijadikan rujukan.
- 5) Kadang-kadang kelompok rujukan yang positif dapat dikutip langsung dalam pesan, untuk mendorong respons positif dari khalayak. Menurut Kiai Yazid, memilih PPP tidak wajib, begitu ujar juru kampanye Golkar di depan para santri sebuah pesantren.⁵⁴

Sarlito Wirawan Sarwono dalam bukunya *“Psikologi Sosial Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan”*, menjelaskan bahwa jenis kelompok itu sangat beragam sehingga sulit dibuat penggolongan yang baku. Penggolongan jenis kelompok tergantung pada tujuan penggolongan itu sendiri yaitu :

- 1) Kelompok formal yaitu organisasi militer, perusahaan, kantor kecamatan. Kelompok nonformal yaitu arisan, geng, kelompok belajar, teman-teman bermain golf.
- 2) Kelompok kecil yaitu : dua sahabat, keluarga, dan kelas. Kelompok besar yaitu : divisi tentara, suku bangsa, bangsa.
- 3) Kelompok jangka pendek yaitu panitia, penumpang sebuah kendaraan umum. Kelompok jangka panjang yaitu bangsa, keluarga, tentara, dan sekolah.
- 4) Kelompok kohesif yaitu keluarga, panitia, rombongan haji atau umrah, geng, dan sahabat. Kelompok non kohesif yaitu penonton

⁵⁴ *Ibid*, h. 147.

- bioskop, pembaca majalah, pengunjung pusat pertokoan, jamaah shalat Jumat.
- 5) Kelompok agresif yaitu pelajar tawuran, penumpang bus mengeroyok pencopet, demonstran. Kelompok konvensional (menaati peraturan) yaitu jamaah haji, penonton bioskop, pengendara kendaraan di jalan raya.
 - 6) Kelompok dengan identitas bersama yaitu keluarga, kesatuan militer, perusahaan, sekolah, universitas. Kelompok tanpa identitas bersama yaitu penonton, jamaah, penumpang bus.
 - 7) Kelompok individual-otonomus yaitu masyarakat kota besar. Kelompok kolektif-relasional yaitu masyarakat pedesaan.
 - 8) Kelompok berbudaya tunggal yaitu masyarakat pedesaan tradisional, keluarga dari lingkungan budaya yang sama. Kelompok berbudaya majemuk yaitu masyarakat perkotaan, partai politik, keluarga antar agama.
 - 9) Kelompok laki-laki yaitu tim sepak bola laki-laki, pasukan komando, jamaah shalat jumat. Kelompok wanita yaitu tim sepakbola wanita, polisi wanita, himpunan wanita karya. Kelompok wanita terbentuk karena kurangnya penghargaan jika kaum wanita bergabung dengan kelompok campuran pria-wanita.
 - 10) Kelompok konsumen yaitu yayasan lembaga konsumen, kelompok ibu rumah tangga. Kelompok produsen yaitu pengusaha atau profesi, ikatan dokter, ikatan sarjana ekonomi.
 - 11) Kelompok persahabatan yaitu arisan, teman bermain, kumpulan sahabat, kelompok golf, paguyuban alumni SMA. Kelompok yang terlibat dalam tujuan bersama yaitu perusahaan, yayasan, dan instansi pemerintah.⁵⁵

Dari beberapa pengklasifikasian atau penggolongan dari jenis-jenis kelompok di atas, maka peneliti berpendapat bahwa kelompok teman sebaya termasuk dalam kelompok kohesif yaitu kelompok yang memiliki hubungan yang sangat erat antar anggotanya.

⁵⁵ Sarlito Wirawan Sarwono, *Psikologi Sosial Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), h. 7-9.

4. Faktor Manusia Bergabung dalam Kelompok

Manusia diciptakan Allah tidaklah untuk hidup secara individu melainkan dianjurkan untuk hidup secara berkelompok. Kelompok merupakan suatu gejala sosial, maka manusia sebagai makhluk sosial dituntut untuk melakukan hubungan sosial baik secara individu maupun secara berkelompok.

Berikut ini merupakan beberapa faktor-faktor yang dianggap penyebab suatu kelompok terbentuk sesuai yang dijelaskan oleh Yusnadi dan Sani Susanti dalam Yusuf adalah sebagai berikut :

- a. Melihat dari segi kedekatan, misalnya di sekolah seorang siswa memiliki kecenderungan untuk bergabung dan melakukan interaksi dan berkelompok dengan siswa lain yang duduk bersebelahan atau berdekatan dengannya.
- b. Memiliki kesamaan perasaan dan emosi.
- c. Adanya kesamaan sikap dalam menanggapi suatu tujuan yang relevan satu dengan yang lainnya. Misalnya, seseorang melakukan interaksi dengan orang lain karena adanya kesamaan nilai yang mereka miliki.
- d. Adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi. Pada poin ini mengacu pada yang dikemukakan oleh Abraham Maslow yang mengelompokkan tentang kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan fisik (makan, minum, air, dan lain sebagainya), kebutuhan rasa aman (mendapat jaminan untuk bertahan hidup), kebutuhan untuk menyayangi dan disayangi, kebutuhan untuk penghargaan dari orang lain, dan kebutuhan untuk mengaktualisasikan dirinya.⁵⁶

Dari penjelasan di atas maka dapat dijelaskan bahwa faktor-faktor penyebab seseorang bergabung dalam suatu kelompok terdapat tiga faktor yaitu faktor kedekatan, faktor kesamaan, dan faktor kebutuhan.

Faktor kedekatan fisik dapat meningkatkan peluang untuk melakukan interaksi antara satu individu dengan individu lain ataupun dari satu individu dengan kelompok lain sehingga membentuk kegiatan bersama yang memungkinkan terbentuknya kelompok sosial.

⁵⁶ Yusnadi dan Sani Susanti, *Dinamika Kelompok* (Medan, Unimed Press, 2014), h. 65-69.

Faktor kesamaan ini maksudnya adalah faktor-faktor yang meliputi kesamaan latar belakang, hobi atau minat yang sama, kepercayaan yang sama, nilai yang sama, umur yang relatif sama atau tidak terlalu jauh (sebaya), atau karakter-karakter individu lainnya. Misalnya seorang siswa yang memiliki hobi bermain bola kaki pasti akan berkumpul membentuk kelompok yang tujuannya sama yaitu sama-sama yang hobi bermain bola kaki. Begitu juga sebaliknya seorang siswa yang tidak memiliki hobi yang sama pasti mereka enggan bergabung dengan kelompok yang berlainan hobi dengannya.

Selanjutnya faktor kebutuhan misalnya adanya kebutuhan karena adanya kepentingan seseorang bergabung dalam suatu kelompok. Dari kebutuhan karena adanya kepentingan ini membuat suatu kelompok mempunyai pemahaman yang sama dan mau belajar bersama atau bekerja sama guna mencapai kepentingan dan tujuan yang mereka inginkan. Misalnya pada kelompok belajar di kelas yang para anggotanya saling tolong menolong dan melakukan kerjasama karena adanya kepentingan untuk mendapatkan nilai yang tinggi atau lulus dari sekolah dengan hasil yang memuaskan.

5. Kelompok Teman Sebaya

Dalam kehidupan sehari-hari, seorang siswa ketika menjalani kehidupannya melakukan interaksi dalam tiga lingkungan sekaligus yaitu lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, dan lingkungan sekolah. Dan salah satu faktor terbesar yang mempengaruhi perilaku komunikasi seorang siswa adalah melalui kelompok teman sebaya.

Dalam kelompok sebaya, seorang siswa akan merasakan adanya kesamaan satu dengan yang lain, seperti dibidang usia, kebutuhan, dan tujuan yang dapat memperkuat kelompok itu. Dalam kelompok sebaya tidak diperlukan adanya suatu struktur organisasi, tetapi di antara anggota kelompok merasakan adanya tanggung jawab atas keberhasilan dan kegagalan kelompoknya. Oleh karena itu dalam kelompok sebaya, seorang siswa merasa telah menemukan dirinya serta dapat mengembangkan rasa sosialnya sejalan dengan perkembangan kepribadiannya.⁵⁷

⁵⁷ Slamet Santosa, *Dinamika Kelompok* (Jakarta: PT Bumi Aksara, Cct. 3, 2009), h. 77.

Menurut Santrock teman sebaya adalah anak-anak dengan usia atau tingkat kedewasaan yang kurang lebih sama. Pergaulan merupakan proses antar individu yang satu dengan yang lain terjalin secara langsung yang melakukan hubungan interaksi dan jika dilakukan dalam jangka waktu tertentu akan membentuk jalinan persahabatan atau pertemanan. Dari pergaulan yang dilakukan oleh siswa, maka siswa mulai mengenal berbagai pihak yang terdapat dalam lingkungan pergaulan tersebut salah satunya adalah teman sebaya.⁵⁸

Salah satu faktor terbesar terbentuknya kelompok teman sebaya adalah karena adanya perbedaan dasar. Perbedaan dasar maksudnya adalah ketika anak bergabung dengan dunia orang dewasa maka dia akan selalu berada pada posisi subordinat (status bawahan). Dengan kata lain kelompok sebaya selalu berada di bawah orang dewasa, yang pada akhirnya mereka membutuhkan kelompok sendiri karena adanya kesamaan dalam pembicaraan di segala bidang. Selain perbedaan dasar, ada juga perbedaan pengaruh yaitu pengaruh kelompok sebaya yang semakin lama makin penting fungsinya bahkan mengalahkan fungsi sekolah dan keluarga.

Dapat disimpulkan bahwa kelompok teman sebaya adalah kelompok sosial yang terbentuk seseorang memiliki persamaan pada usia, status sosial, kegemaran, dan kebutuhan psikologis yang menjadikan seseorang ketika bergabung di dalam komunitas kelompok tersebut menjadi lebih nyaman. Jadi, komunikasi kelompok teman sebaya adalah komunikasi yang berlangsung dalam suatu kelompok sosial yang memiliki persamaan pada usia, status sosial, kegemaran, dan kebutuhan psikologis yang menjadikan seseorang ketika berkomunikasi dalam kelompok tersebut menjadi lebih nyaman dibandingkan mereka melakukan komunikasi dengan gurunya sendiri bahkan dengan orang tuanya sendiri.

6. Karakteristik Kelompok Teman Sebaya

Mayoritas siswa menganggap bahwa salah satu yang menjadi aspek terpenting dalam kehidupan mereka adalah melakukan apapun agar mereka dapat dimasukkan dan diterima sebagai anggota kelompok teman sebaya. Salah satu

⁵⁸ John W. Santrock. *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), h. 209.

fungsi utama dari kelompok teman sebaya adalah untuk menyediakan berbagai informasi mengenai dunia luar keluarga.⁵⁹

Slamet Santosa dalam bukunya “Dinamika Kelompok” menjelaskan fungsi-fungsi kelompok teman sebaya sebagai berikut :

- b. Mengajarkan kebudayaan yang berada di tempat itu. Contohnya, orang luar negeri masuk Indonesia maka teman sebayanya di Indonesia mengajarkan kebudayaan di Indonesia.
- c. Mengajarkan mobilitas sosial. Mobilitas sosial adalah perubahan status yang lain. Neugarten melakukan penelitian pada kelas V dan VI, hasilnya ia mendapatkan data bahwa apabila mereka ditanya siapa teman mereka yang paling baik, kebanyakan mereka menunjuk anak yang berasal di atas sosial mereka baru kemudian anak dari kelas mereka sendiri.
- d. Membantu peranan sosial yang baru. Misalnya anak yang belajar bagaimana menjadi pemimpin yang baik.
- e. Kelompok sebaya sebagai sumber informasi bagi orang tua dan guru bahkan untuk masyarakat.
- f. Dalam kelompok sebaya, individu dapat mencapai ketergantungan satu sama lain. Hal ini terjadi karena kelompok sebaya dapat merasakan kebersamaan dalam kelompok dan saling tergantung satu sama lain.
- g. Kelompok sebaya mengajarkan moral orang dewasa. Mereka bersikap dan bertingkah laku seperti orang dewasa. Mereka juga berusaha menunjukkan bahwa mereka juga dapat berbuat seperti orang dewasa.
- h. Dalam kelompok sebaya, individu dapat mencapai kebebasan sendiri. Maksudnya mereka bebas berpendapat, bertindak, atau menemukan identitas diri. Sikap ini tidak mereka dapatkan jika mereka bergabung dengan orang dewasa. Hal ini terjadi karena orang dewasa selalu berada di atas dunia anak sebaya.
- i. Dalam kelompok sebaya anak-anak mempunyai organisasi sosial yang baru.⁶⁰

⁵⁹ John W. Santrock. *Adolescence: Perkembangan Remaja Edisi Keenam* (Jakarta Erlangga, 2003), h. 219.

⁶⁰ Slamet Santosa, *Dinamika...*, h. 79-81.

Slamet Santosa menyebutkan bahwa ciri-ciri kelompok sebaya adalah sebagai berikut:

- a. Tidak memiliki struktur organisasi yang jelas. Kelompok sebaya terbentuk secara spontan. Semua anggota memiliki kedudukan dan fungsi yang sama, tetapi ada satu diantara anggota kelompok yang dianggap sebagai pemimpin. Menurut mereka yang paling pantas menjadi pemimpin adalah orang yang paling disegani dalam kelompok tersebut.
- b. Bersifat sementara. Karena tidak memiliki struktur organisasi yang jelas, kelompok ini tidak mampu bertahan lama.
- c. Kelompok sebaya mengajarkan individu tentang kebudayaan yang luas.
- d. Anggotanya adalah individu yang sebaya.⁶¹

Sedangkan Kartini Kartono dalam bukunya “Patologi Sosial 2 Kenakalan Remaja”, menyebutkan beberapa karakteristik ciri-ciri teman sebaya sebagai berikut :

- a. Jumlah anggota kelompok teman sebaya antara 3-40 anak dan jarang beranggotakan lebih dari 50 anak remaja.
- b. Anggota kelompok lebih banyak anak laki-laki daripada wanita, walaupun ada juga anak wanita yang ikut didalamnya.
- c. Kepemimpinan ada di tangan seorang anak muda yang dianggap paling banyak berprestasi dan memiliki lebih banyak keunggulan atau kelebihan daripada anak-anak remaja lainnya.
- d. Relasi di antara para anggota mulai dari ketertarikan yang longgar sampai pada hubungan intim.
- e. Sifat kelompok dinamis dan sering pindah-pindah tempat.
- f. Tingkah laku mereka pada umumnya bersifat episodik yaitu terpotong-potong seolah-olah berdiri sendiri. Tidak semua anggota berpartisipasi aktif dalam aksi-aksi bersama, ada yang pasif dan ikut-ikutan saja.
- g. Kebanyakan dari mereka terlibat dalam tingkah-laku melanggar hukum yang berlaku ditengah-tengah masyarakat.
- h. Usia kelompok bervariasi, dari beberapa bulan dan beberapa tahun sampai belasan tahun atau lebih.

⁶¹ *Ibid.* h. 81.

- i. Umur anggotanya berkisar 7-25 tahun. Pada umumnya semua anggota sebaya yang memiliki semangat dan ambisi yang kurang lebih sama.
- j. Dalam waktu yang relatif pendek, anak-anak itu bergantian peranan, disesuaikan dengan tuntutan dan kebutuhan kondisi-situasi sosial, bentuk kepemimpinan baru, dan sasaran-sasaran yang ingin dicapai.
- k. Anggota kelompok biasanya bersikap konvensional bahkan sering fanatik dalam mematuhi nilai-nilai dan norma kelompok sendiri. Pada umumnya mereka sangat setia dan loyal terhadap sesama.
- l. Di dalam kelompok sendiri anak-anak itu mendapatkan status sosial dan peranan tertentu sebagai imbalan partisipasinya. Mereka harus mampu menjunjung tinggi nama kelompok sendiri. Semakin kasar dan berandalan tingkah mereka maka semakin tenarlah nama kelompok mereka dan semakin bangga hati mereka.
- m. Ada beberapa bentuk kelompok antara lain kelompok perkelahian, kelompok pemilikan, kelompok kejahatan, kelompok penggunaan obat narkotika dan minuman berakohol.⁶²

7. Komunikasi Kelompok Teman Sebaya dalam Alquran

Alquran merupakan pedoman hidup bagi manusia. Sebagai kitab suci umat Islam Alquran memiliki kedudukan yang sangat tinggi bagi kehidupan manusia. Oleh karena itu banyak ayat-ayat dalam Alquran yang menjelaskan tentang komunikasi.

Secara umum, “Ungkapan yang mengandung makna komunikasi dalam Alquran terdapat pada 24 surat, hal ini khusus informasi yang ada kaitannya dengan dakwah”.⁶³ Sementara itu Syukur Kholil dalam bukunya, “Komunikasi Islami menuliskan kata komunikasi dalam Alquran terdapat pada 54 ayat”.⁶⁴ Sementara itu, Sukmadjaya Asyarie dan Rosy Yusuf kata

⁶² Kartini Kartono, *Patologi Sosial ...*, h.15-17.

⁶³ Abu Nizhan, *Buku Pintar Alqur'an*, (Jakarta: Qultum Media, 2008) h. 216.

⁶⁴ Syukur Kholil, *Komunikasi ...*, h. 129.

komunikasi yang berkaitan dengan dakwah diungkapkan dalam Alquran sebanyak 7 kali”.⁶⁵

Dari pernyataan di atas, maka peran komunikasi sangatlah diperlukan dalam menyampaikan ajaran Islam kepada ummat manusia. Selain itu, Alquran juga memberikan gambaran dan petunjuk untuk mengetahui bagaimana seharusnya manusia berkomunikasi dengan baik.

Seperti yang dikatakan oleh para ulama bahwa Alquran merupakan mukjizat dari Rasulullah. Melalui Alquran tersebutlah Rasulullah Saw, berhasil mengajak dan mengeluarkan manusia dari masa mereka yang penuh dengan kebodohan dan kebobrokan moral menuju kepada Islam yang penuh dengan ketentraman dan kedamaian.

Keberhasilan dakwah Rasulullah tidak terlepas dari sikap, perilaku dan metode dakwah beliau ketika berkomunikasi atau menyampaikan pesan informasi kepada manusia dengan cara yang baik dan lemah lembut sehingga pesan informasi yang diterima mendapatkan respon yang positif dari ummatnya. Hal itu semua tidak terlepas dari tuntunan Alquranul Karim. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan dalam Alquran surat Al-Ahzab/33: 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ

وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: “Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah”. (Q.S. 33: 21).

Banyak ayat Alquran yang mengandung makna komunikasi kelompok, berikut beberapa ayat yang berkaitan dengan komunikasi kelompok terutama tentang komunikasi kelompok teman sebaya. Salah satunya adalah surah Yusuf/12 : 8-10:

⁶⁵ Sukmadjaya Asyarie dan Rosy Yusuf, *Indeks Alqur'an*, (Bandung: Pustaka, 1984) h.44.

إِذْ قَالُوا لِيُوسُفُ وَأَخُوهُ أَحَبُّ إِلَيْنَا مِنَّا وَنَحْنُ عُصْبَةٌ إِنَّ أَبَانَا لَفِي
 ضَلَالٍ مُّبِينٍ ﴿٨﴾ أَقْتُلُوا يُوسُفَ أَوْ اطْرَحُوهُ أَرْضًا يَخْلُ لَكُمْ وَجْهَهُ
 أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِن بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ ﴿٩﴾ قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ لَا
 تَقْتُلُوا يُوسُفَ وَأَلْقُوهُ فِي غَيَابَتِ الْجُبِّ يَلْتَقِطْهُ بَعْضُ السَّيَّارَةِ إِن
 كُنْتُمْ فَاعِلِينَ ﴿١٠﴾

Artinya : “(Yaitu) ketika mereka berkata: "Sesungguhnya Yusuf dan saudara kandungnya (Bunjamin) lebih dicintai oleh ayah kita dari pada kita sendiri, padahal kita (ini) adalah satu golongan (yang kuat). Sesungguhnya ayah kita adalah dalam kekeliruan yang nyata”. “Bunuhlah Yusuf atau buanglah dia kesuatu daerah (yang tak dikenal) supaya perhatian ayahmu tertumpah kepadamu saja, dan sesudah itu hendaklah kamu menjadi orang-orang yang baik”. “Seorang diantara mereka berkata”: "Janganlah kamu bunuh Yusuf, tetapi masukkanlah dia ke dasar sumur supaya dia dipungut oleh beberapa orang musafir, jika kamu hendak berbuat” (Q.S. Yusuf/12 : 8-10).

Dari keterangan ayat di atas, dapat dijelaskan bahwa ayat tersebut menjelaskan tentang komunikasi kelompok teman sebaya. Komunikasi kelompok teman sebaya pada ayat tersebut terjadi pada para saudara Nabi Yusuf yang berjumlah 11 orang. Dalam komunikasi tersebut mereka mendiskusikan suatu rencana besar yaitu bagaimana cara mereka menjauhkan Nabi Yusuf dengan ayahnya yaitu Nabi Ya’kub. Hal ini dilakukan karena mereka tidak senang kepada Nabi Yusuf sebab ayahnya lebih mencintai dan menyenangi Nabi Yusuf daripada mencintai dan menyayangi mereka.

Surah lainnya yang mengandung pesan komunikasi kelompok teman sebaya adalah surat al-Qasas/28:38 yaitu:

وَقَالَ فِرْعَوْنُ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ مَا عَلِمْتُ لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرِي فَأَوْقِدْ لِي

يَهْمَنُ عَلَى الظِّينِ فَلَجْعَل لِي صَرْحًا لَعَلِّي أَظْلِعُ إِلَى إِلَهِي مُوسَى وَإِنِّي

لَأَظُنُّهُ مِنَ الْكٰذِبِينَ ﴿٣٨﴾

Artinya: “Dan berkata Fir’aun: "Hai pembesar kaumku, aku tidak mengetahui tuhan bagimu selain aku. Maka bakarlah hai Haman untukku tanah liat kemudian buatlah untukku bangunan yang tinggi supaya aku dapat naik melihat Tuhan Musa, dan sesungguhnya aku benar-benar yakin bahwa dia termasuk orang-orang pendusta” (Q.S. al-Qasas/28 : 38).

Menurut Jalaluddin al-Mahali dan Jaluluddin as-Suyuthi ketika menafirkan dari ayat ini adalah “dan berkata Firaun, "Hai pembesar kaumku! Aku tidak mengetahui Tuhan bagi kalian selain aku sendiri. Maka bakarlah hai Haman, untukku tanah liat) maksudnya buatlah batu bata untukku (kemudian buatlah untukku bangunan yang tinggi) maksudnya gedung yang tinggi sekali (supaya aku dapat naik melihat Tuhan Musa) aku akan melihat-Nya dan berdiri di hadapan-Nya (dan sesungguhnya aku benar-benar yakin bahwa dia termasuk orang-orang yang pendusta") di dalam pengakuannya yang mengatakan ada Tuhan lain selain aku, bahwa ia seorang Rasul.⁶⁶

Dari penjelasan di atas, tampak bahwa terjadinya komunikasi kelompok yaitu Fir’aun dengan para pengikutnya. Dalam surat al-Qasas tersebut Fir’aun mengumpulkan kaumnya dan berseru kepada mereka dengan suara yang keras seraya menjelaskan hal tersebut kepada mereka, lalu mereka menaati dan mendengarkannya. Kemudian Fir'aun ‘memerintahkannya kepada Haman yang merupakan Perdana Menterinya yang mengatur rakyatnya dan yang menjalankan roda pemerintahannya, agar membakar tanah liat (yakni batu bata) untuk membuat menara yang tinggi untuk melihat Tuhannya Nabi Musa.

⁶⁶ Jalaluddin al-Mahali dan Jaluddin as-Suyuthi, *Tafsir Jalalain* (Jakarta: Pustaka Elba, 2010), h. 248.

Jika kita analisis dari sudut ilmu komunikasi, bentuk komunikasi pada ayat tersebut adalah komunikasi kelompok, komunikasi tersebut terjadi antara seseorang Pemimpin kerajaan yaitu Fir'aun dengan suatu kelompok manusia yaitu kaumnya. Dalam hal ini Fir'aun bertindak sebagai komunikator menyampaikan informasi kepada pengikutnya (komunikan), bahwa dirinya adalah seorang Tuhan dan memerintahkan Perdana Menterinya untuk membangun menara untuk melihat Tuhan Nabi Musa.

Ayat Alquran lainnya yang juga menunjukkan adanya komunikasi kelompok teman sebaya adalah surat al-Anbiya'/21 : 59-61 : yaitu :

قَالُوا مَنْ فَعَلَ هَذَا بِإِلَهِنَا إِنَّهُ لَمِنَ الظَّالِمِينَ ﴿٥٩﴾ قَالُوا سَمِعْنَا فَتًى
يَذْكُرُهُمْ يُقَالُ لَهُ وَابْرَاهِيمُ ﴿٦٠﴾ قَالُوا فَأْتُوا بِهِ عَلَى أَعْيُنِ النَّاسِ لَعَلَّهُمْ
يَشْهَدُونَ ﴿٦١﴾

Artinya: Mereka berkata: "Siapakah yang melakukan perbuatan ini terhadap tuhan-tuhan kami, sesungguhnya dia termasuk orang-orang yang zalim". Mereka berkata: "Kami dengar ada seorang pemuda yang mencela berhala-berhala ini yang bernama Ibrahim". Mereka berkata: "(Kalau demikian) bawalah dia dengan cara yang dapat dilihat orang banyak, agar mereka menyaksikan". (Q.S. al-Anbiya'/21: 59-61).

Ibnu Katsir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa maksud ayat di atas adalah setelah mereka kembali dari perayaannya dan menyaksikan apa yang telah dilakukan oleh Ibrahim terhadap berhala-berhala mereka, sebagai suatu penghinaan dan ejekan yang menunjukkan bahwa berhala-berhala itu bukanlah Tuhan dan para penyembahnya hanyalah orang-orang yang kurang waras akalnya. Mereka berkata, "Siapakah yang melakukan perbuatan ini terhadap tuhan-tuhan kami? Sesungguhnya dia termasuk orang-orang yang zalim. (Al-Anbiya: 59) Maksudnya, orang yang berbuat ini adalah orang yang zalim. Orang yang melaporkan demikian adalah seseorang yang mendengar Ibrahim mengucapkan sumpahnya, bahwa dia akan membuat tipu daya terhadap

berhala-berhala mereka. Ia melaporkan kepada kaumnya: *Kami dengar ada seorang pemuda yang mencela berhala-berhala ini yang bernama Ibrahim.* (Al-Anbiya: 60). Selanjutnya Allah Swt. berfirman, menceritakan ucapan mereka: “(Kalau demikian) *bawalah dia dengan cara yang dapat dilihat orang banyak.*” (Al-Anbiya: 61). Maksudnya adalah bahwa mereka menginginkan agar Nabi Ibrahim di tangkap dan di adili terkait kejadian itu di mata orang banyak.⁶⁷

Bentuk komunikasi kelompok teman sebaya terjadi pada ayat ini, dimana sekelompok orang lagi membicarakan tentang kejadian yang membuat mereka kaget dengan hancurnya Tuhan-Tuhan mereka. Komunikasi kelompok terus berlanjut sampai mereka mengambil keputusan bahwa yang menghancurkan Tuhan-Tuhan mereka adalah Nabi Ibrahim dan mereka meminta agar Nabi Ibrahim diadili dan mempertanggungjawabkan atas apa yang telah dilakukannya.

8. Komunikasi Kelompok Teman Sebaya Dalam Hadis

Komunikasi kelompok bukan saja terdapat dalam Alquran, dalam hadis-hadis Rasulullah Saw juga banyak terdapat tentang bentuk komunikasi yang menggunakan bentuk komunikasi kelompok yang ia lakukan dalam menyebarkan agama Islam kepada umatnya. Adapun hadis-hadis yang berkaitan dengan komunikasi kelompok adalah sebagai berikut:

عَنْ عُمَرَ بْنِ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : بَيْنَمَا نَحْنُ عِنْدَ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ -

ذَاتَ يَوْمٍ إِذْ طَلَعَ رَجُلٌ شَدِيدُ بَيَاضِ النَّيَابِ شَدِيدُ سَوَادِ الشَّعْرِ لَا يُرَى عَلَيْهِ أَثَرُ

السَّفَرِ وَلَا نَعْرِفُهُ حَتَّى جَلَسَ إِلَى رَسُولِ اللَّهِ ﷺ - فَأَسْنَدَ رُكْبَتَهُ إِلَى رُكْبَتِهِ وَضَعَ

كَفَّيْهِ عَلَى فَخْذَيْهِ ثُمَّ قَالَ يَا مُحَمَّدُ أَخْبِرْنِي عَنِ الْإِسْلَامِ مَا الْإِسْلَامُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ

- ﷺ : الْإِسْلَامُ أَنْ تَشْهَدَ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ وَتُقِيمَ

⁶⁷ Abdullah bin Muhammad bin Abdur Rahman bin Ishaq Al-Sheikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, terj. M. Abdul Ghaffar, Jilid 5 (Bogor: Pustaka Imam Syafii, 2004), h. 461-462.

الصَّلَاةَ وَتُؤْتِي الزَّكَاةَ وَتَصُومَ رَمَضَانَ وَتُحِجَّ الْبَيْتَ إِنْ اسْتَطَعْتَ السَّبِيلَ. فَقَالَ الرَّجُلُ صَدَقْتَ قَالَ عُمَرُ عَجِبْنَا لَهُ يَسْأَلُهُ وَيُصَدِّقُهُ ثُمَّ قَالَ يَا مُحَمَّدُ أَخْبِرْنِي عَنِ الْإِيمَانِ مَا الْإِيمَانُ؟ فَقَالَ : الْإِيمَانُ أَنْ تُؤْمِنَ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ وَكُتُبِهِ وَرُسُلِهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْقَدْرَ كُلِّهِ خَيْرِهِ وَشَرِّهِ. فَقَالَ : صَدَقْتَ. فَقَالَ : أَخْبِرْنِي عَنِ الْإِحْسَانِ. فَقَالَ : الْإِحْسَانُ أَنْ تَعْبُدَ اللَّهَ كَأَنَّكَ تَرَاهُ فَإِنْ لَمْ تَكُنْ تَرَاهُ فَإِنَّهُ يَرَاكَ. قَالَ فَحَدَّثَنِي عَنِ السَّاعَةِ مَتَى السَّاعَةُ؟ قَالَ : مَا الْمَسْئُولُ بِأَعْلَمَ بِهَا مِنَ السَّائِلِ. قَالَ فَأَخْبِرْنِي عَنِ أَمَارَتِهَا. قَالَ : أَنْ تَلِدَ الْأُمَّةُ رَبَّتَهَا وَأَنْ تَرَى الْخُفَاةَ الْعُرَاةَ الْعَالَةَ رِعَاءَ الشَّيْءِ يَتَطَاوَلُونَ فِي الْبِنَاءِ. ثُمَّ انْطَلَقَ فَقَالَ عُمَرُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ : فَلَبِثْتُ ثَلَاثًا ثُمَّ قَالَ لِي رَسُولُ اللَّهِ - ﷺ - : يَا عُمَرُ مَا تَدْرِي مِنَ السَّائِلِ؟. قُلْتُ : اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ. قَالَ : ذَاكَ جِبْرِيلُ عَلَيْهِ السَّلَامُ أَنَا كُمْ يُعَلِّمُكُمْ دِينَكُمْ. (رواه المسلم)

Artinya : “Dari Umar berkata “ketika kami bersama dengan Rasulullah, tiba-tiba datang kepada kami seorang laki-laki. Umar bin Khaththab Radhiyallahu anhu berkata :Suatu ketika, kami (para sahabat) duduk di dekat Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam. Tiba-tiba muncul kepada kami seorang lelaki mengenakan pakaian yang sangat putih dan rambutnya amat hitam. Tak terlihat padanya tanda-tanda bekas perjalanan, dan tak ada seorang pun di antara kami yang mengenalnya. Ia segera duduk di hadapan Nabi, lalu lututnya disandarkan kepada lutut Nabi dan meletakkan kedua tangannya di atas kedua paha Nabi, kemudian ia berkata”: “Hai, Muhammad! Beritahukan kepadaku tentang Islam?”. ”Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam menjawab”, “Islam adalah, engkau bersaksi tidak ada yang berhak diibadahi dengan benar melainkan hanya Allah, dan sesungguhnya Muhammad adalah Rasul Allah; menegakkan shalat; menunaikan zakat; berpuasa di bulan

Ramadhan, dan engkau menunaikan haji ke Baitullah, jika engkau telah mampu melakukannya”, lelaki itu berkata, “Engkau benar”, “maka kami heran, ia yang bertanya ia pula yang membenarkannya. Kemudian ia bertanya lagi”: “Beritahukan kepadaku tentang Iman”. Nabi menjawab, “Iman adalah, engkau beriman kepada Allah; malaikatNya; kitab-kitabNya; para RasulNya; hari Akhir, dan beriman kepada takdir Allah yang baik dan yang buruk”, ia berkata“, Engkau benar. ”Dia bertanya lagi: “Beritahukan kepadaku tentang ihsan”.Nabi Shallallahu 'alaihi wa sallam menjawab, “Hendaklah engkau beribadah kepada Allah seakan-akan engkau melihatNya. Kalaupun engkau tidak melihatNya, sesungguhnya Dia melihatmu.”Lelaki itu berkata lagi : “Beritahukan kepadaku kapan terjadi Kiamat?”Nabi menjawab, “Yang ditanya tidaklah lebih tahu daripada yang bertanya.”Dia pun bertanya lagi: “Beritahukan kepadaku tentang tanda-tandanya!”Nabi menjawab, “Jika seorang budak wanita telah melahirkan tuannya; jika engkau melihat orang yang bertelanjang kaki, tanpa memakai baju (miskin papa) serta pengembala kambing telah saling berlomba dalam mendirikan bangunan megah yang menjulang tinggi”. Kemudian lelaki tersebut segera pergi. Aku pun terdiam, sehingga Nabi bertanya kepadaku: “Wahai, Umar! Tahukah engkau, siapa yang bertanya tadi?”, Aku menjawab, “Allah dan RasulNya lebih mengetahui,” Beliau bersabda, “Dia adalah Jibril yang mengajarkan kalian tentang agama kalian.” (HR Muslim).⁶⁸

Pada hadis di atas jika kita tinjau dari sudut ilmu komunikasi, bentuk komunikasi pada hadis tersebut adalah menggambarkan bentuk komunikasi kelompok. Pada hadis tersebut Rasulullah sebagai komunikator, para sahabat sebagai komunikan, malaikat Jibril sebagai media, penjelasan Nabi Muhammad tentang Islam, iman, dan ihsan adalah pesan komunikasi. sedangkan tujuan dari komunikasi tersebut adalah agar para sahabat Nabi mengetahui tentang pokok-pokok ajaran Islam yaitu Islam, iman, dan ihsan.

⁶⁸ Abu Naim Ahmad bin Abdullah bin Ahmad bin Ishak bin Musa bin Mahran Alharani Alashbahani, *Almusnād Almustakhrāj ‘Ala Ṣaḥīḥ Imam Muṣṭafī*, (Bairut: Dar Alkutub Alilmiah : 1996), h.100.

Contoh hadis lain bentuk komunikasi kelompok yaitu apa yang diriwayatkan oleh imam Bukhari sebagai berikut :

حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ حَمْرَةَ، قَالَ: حَدَّثَنِي ابْنُ أَبِي حَازِمٍ، وَالْدَّرَاوَزْدِيُّ، عَنْ يَزِيدَ يَعْنِي ابْنَ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْهَادِ، عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ إِبْرَاهِيمَ، عَنْ أَبِي سَلَمَةَ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: " أَرَأَيْتُمْ لَوْ أَنَّ نَهْرًا بِبَابِ أَحَدِكُمْ يَغْتَسِلُ فِيهِ كُلَّ يَوْمٍ خَمْسًا، مَا تَقُولُ: ذَلِكَ يُبْقِي مِنْ دَرَنِهِ " قَالُوا: لَا يُبْقِي مِنْ دَرَنِهِ شَيْئًا، قَالَ: «فَذَلِكَ مِثْلُ الصَّلَوَاتِ الْخَمْسِ، يَمْحُو اللَّهُ بِهِ الْخَطَايَا»⁶⁹

Artinya: Dari Abu Hurairah, ia mendengar Rasulullah Saw bersabda: “*Bagaimana pendapat kalian kalau ada sebuah sungai mengalir di depan rumah salah seorang di antara kalian, lalu setiap hari dia mandi di sungai itu sebanyak lima kali, apakah masih ada kotoran yang melekat pada tubuhnya?*”, Para Sahabat menjawab; “*Tentu tidak lagi kotoran yang melekat pada tubuhnya*”. Rasulullah Saw bersabda: “*Begitulah shalat lima waktu, Allah akan menghapuskan dosa-dosa dengan shalat tersebut*”. (HR. Bukhari).

Hadis di atas jika dianalisis dengan ilmu komunikasi, maka termasuk dalam komunikasi kelompok. Rasulullah sebagai komunikator menyampaikan pesan kepada sekelompok orang (para sahabatnya) yang merupakan komunikan. Pesan yang disampaikan adalah berupa pertanyaan bagaimana dengan seseorang yang mandi sehari lima kali, kemudian direspon (feedback) oleh sahabat dan akhirnya dijawab lagi oleh Rasulullah bahwa maksudnya adalah keutamaan shalat lima waktu yang dapat menghapus dosa. Juga dalam contoh lain hadis yang diriwayatkan oleh imam Tirmidzi sebagai berikut:

حَدَّثَنَا عَبْدُ الْوَارِثِ بْنُ عَبْدِ الصَّمَدِ بْنِ عَبْدِ الْوَارِثِ، قَالَ: حَدَّثَنِي أَبِي، قَالَ: حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ ثَابِتٍ هُوَ الْبُنَائِيُّ قَالَ: حَدَّثَنِي أَبِي، عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ، أَنَّ

⁶⁹ Muhammad bin Isma'il Abu Abdullah al-Bukhāri al-Jafi', *al Jami' as-Ṣaḥīh al-Mukhtaṣar (Sahih Bukhari) Juz 1* (Beirut: Dar Tuq An-Najah, 1422), h. 112.

رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِذَا مَرَرْتُمْ بِرِيَاضِ الْجَنَّةِ فَارْتَعُوا قَالُوا: وَمَا رِيَاضُ الْجَنَّةِ؟ قَالَ: حِلْقُ الذِّكْرِ.⁷⁰

Artinya: “*Dari Anas bin Malik Radhiyallahu ‘anhu, bahwa Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Jika kamu melewati taman-taman surga, maka singgahlah dengan senang.” Para sahabat bertanya, “Apakah taman-taman surga itu?” Beliau menjawab, “Halaqah-halaqah (kelompok-kelompok) dzikir.” (H.R. at-Tirmidzi).*

Selanjutnya hadis riwayat Imam Ahmad berikut juga menjelaskan tentang komunikasi kelompok.

حَدَّثَنَا زَيْدُ بْنُ الْحُبَابِ أَحْبَبَنِي مُوسَى بْنُ عَلِيٍّ قَالَ سَمِعْتُ أَبِي يَقُولُ سَمِعْتُ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ عَمْرٍو بْنَ الْعَاصِ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ تَدْرُونَ مَنْ الْمُسْلِمُ قَالُوا اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ قَالَ مَنْ سَلِمَ الْمُسْلِمُونَ مِنْ لِسَانِهِ وَيَدِهِ قَالَ تَدْرُونَ مَنْ الْمُؤْمِنُ قَالُوا اللَّهُ يَعْنِي وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ قَالَ مَنْ أَمِنَهُ الْمُؤْمِنُونَ عَلَى أَنْفُسِهِمْ وَأَمْوَالِهِمْ وَالْمُهَاجِرُ مَنْ هَجَرَ السُّوءَ فَاجْتَنَبَهُ.⁷¹

Artinya : “*Dari Abdullah bin 'Amru bin Al 'Ash berkata; aku mendengar Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa Salam bersabda: "Tahukah kalian siapakah orang muslim itu?" Para sahabat menjawab: "Allah dan Rasul-Nya lebih tahu." Beliau bersabda: "Orang muslim ialah yang jika kaum muslimin selamat dari lisan dan tangannya." Beliau bertanya lagi: "Tahukah kalian siapakah orang mukmin itu?" Para sahabat menjawab: "Allah dan Rasul lebih tahu." Beliau bersabda: "Yaitu orang yang jika orang-orang mukmin lainnya merasa aman terhadap jiwa dan harta mereka. Dan orang yang berhijrah ialah yang menjauhi perbuatan buruk dan menghindarinya". (H.R. Ahmad).*

⁷⁰ Muhammad bin Isa bin Saurah bin Musa bin Dhahak at-Tirmidzi, *Al Jami' al-Kabir (Sunan at-Tirmidzi). Juz 6.* (Beirut: Dar Al Gharb Al Islami, 1998), h. 413.

⁷¹ Abu Abdillah Ahmad bin Hanbal, *Musnad Imam Ahmad bin Hanbal.* (Beirut: Muasasah ar-Risalah, 2001), h. 591.

Pada hadis-hadis yang penulis uraikan di atas hadis tersebut menunjukkan komunikasi yang dibangun adalah komunikasi kelompok yang mana Rasulullah menyampaikan hadis-hadis kepada para sahabat-sahabatnya agar mereka memperhatikan etika berkomunikasi dan melakukan perbuatan-perbuatan yang mendatangkan kebaikan.

9. *Groupthink Theory* (Teori Pemikiran Kelompok)

Hipotesis pemikiran kelompok dikembangkan oleh Irving Janis dan yang lainnya berasal dari sebuah pengujian keefektifan proses pengambilan keputusan secara mendetail. Menekankan pemikiran kritis, Janis menunjukkan bagaimana kondisi tertentu dapat membawa kepuasan bagi kelompok, tetapi dengan hasil yang tidak efektif. Pemikiran kelompok adalah sebuah hasil langsung terhadap kepaduan kelompok yang telah dibahas beberapa bagian oleh Kurt Lewin pada tahun 1930-an dan semenjak dilihat sebuah variabel penting dalam keefektifan kelompok.⁷²

Beberapa asumsi penting dari *groupthink* yaitu sebagai berikut:

- a. Terdapat kondisi-kondisi di dalam kelompok yang mempromosikan kohesivitas yang tinggi.
- b. Pemecahan masalah kelompok pada intinya merupakan proses menyatu.
- c. Kelompok dan pengambilan keputusan oleh kelompok seringkali bersifat kompleks.⁷³

Asumsi pertama dari *groupthink* berhubungan dengan karakteristik kehidupan kelompok yaitu kohesivitas. Kohesivitas adalah batas dimana anggota-anggota suatu kelompok bersedia untuk bekerja sama dan merupakan rasa kebersamaan dari kelompok tersebut. Kohesi berasal dari sikap, nilai dan pola perilaku kelompok; kelompok dimana anggotanya saling tertarik dengan sikap, nilai dan perilaku anggota lainnya cenderung dapat dikatakan kohesif.

Asumsi kedua menyatakan bahwa persoalan pemecahan masalah yang terjadi dalam kelompok merupakan kegiatan yang selalu ada dalam kelompok

⁷² Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*. Terj. Muhammad Yusuf Hamdan (Jakarta : Salemba, 2009), h. 346.

⁷³ Richard West dan Lynn H. Turner, *Teori Komunikasi Analisa Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2007), h. 276.

kecil. Anggota-anggota di dalam kelompok kecil akan berusaha untuk saling berhubungan satu sama lainnya. Setiap anggota kelompok akan benar-benar berpartisipasi karena sesungguhnya mereka takut mengalami penolakan. Kondisi ini membuat anggota kelompok cenderung menahan masukan dari orang lain karena mereka takut mengalami penolakan. Mereka memiliki kecenderungan untuk memelihara hubungan antar anggota kelompok daripada memfokuskan perhatiannya pada isu-isu yang masih dipertimbangkan oleh kelompok.

Asumsi ketiga mengacu pada situasi yang terjadi pada kelompok pengambilan keputusan dan kelompok yang berorientasi pada tugas. Proses pengambilan keputusan pada kelompok kecil seringkali bersifat kompleks. Perbedaan usia, sifat kompetitif, ukuran kelompok, kecerdasan, komposisi gender dan gaya kepemimpinan adalah beberapa hal yang menjadi penyebab kompleksnya pengambilan keputusan tersebut. Selain itu latar belakang budaya yang dimiliki oleh masing-masing anggota turut membuat proses pengambilan keputusan menjadi tidak mudah. Kelompok dan keputusan kelompok akhirnya menjadi proses yang sulit dan menantang, tetapi melalui kerja kelompok orang dapat mencapai tujuannya dengan lebih baik dan efisien.⁷⁴

Janis menemukan dalam penelitiannya bahwa pemikiran kelompok dapat menghasilkan sesuatu yang negatif sebagai berikut:

- a. Kelompok membatasi diskusi hanya untuk beberapa alternatif tanpa mempertimbangkan kemungkinan kreatif.
- b. Posisi awal diberikan oleh sebagian besar anggota tidak pernah dikaji kembali untuk mencari hal yang tidak dapat diduga.
- c. Kelompok gagal untuk menguji kembali semua alternatif yang bukan dari mayoritas. Pendapat minoritas dengan cepat diabaikan, tidak hanya oleh mayoritas tetapi oleh semua yang awalnya sepihak.
- d. Pendapat ahli tidak dicari. Kelompok puas dengan pendapat dan kemampuannya sendiri untuk membuat keputusan dan mungkin merasa terancam dari luar.

⁷⁴ Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), h. 112-113.

- e. Kelompok sangat selektif dalam mengumpulkan informasi yang ada. Anggota cenderung memusatkan hanya pada informasi yang mendukung rencana.
- f. Kelompok begitu percaya diri dengan ide-idenya yang tidak mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan dari rencana yang dapat diprediksi atau kemungkinan rencana gagal.⁷⁵

Irving Janis menanggapi bahwa hasil temuannya tersebut merupakan dari hasil pemikiran yang kurang kritis dan dari kelompok yang terlalu percaya diri. Selanjutnya Irving Janis menyebutkan delapan gejala utama kelompok pemikir sebagai berikut⁷⁶ :

- a. Para anggota bersama-sama membangun kesan aman, memberikan dorongan untuk mengambil risiko yang amat besar seraya gagal melihat tanda awal bahaya.
- b. Peringatan dan umpan balik negatif lainnya disingkirkan.
- c. Para anggota yakin bahwa mereka adalah orang-orang bermoral, dengan demikian dapat mengabaikan akibat-akibat etis atas perbuatan mereka.
- d. Pemimpin kelompok lain dianggap jahat, jadi mereka bukan orang-orang yang layak diajak berunding.
- e. Para anggota menyimpang dari keyakinan kelompok, dipaksa untuk patuh.
- f. Para anggota menghindari pembicaraan yang tidak sesuai dengan tindakan kelompok, jadi sensor diri mengantikan sensor kelompok.
- g. Para anggota berbagi ilusi bahwa kesepakatan adalah bulat.
- h. Para anggota terutama ketuanya menghindarkan kelompok dari informasi yang tidak sesuai.

Aplikasi teori dari kelompok pemikir (*groupthink theory*) ini terus berkembang dan menjadi kajian dalam bentuk penelitian dan menguji kembali teori ini. Berikut beberapa hasil penelitian yang menggunakan teori kelompok pemikir yaitu:

- a. Brian Mullen, Tara Anthony, Eduardo Salas, dan James E. Driskel, 1994: *“Group Cohesiveness and Quality of Decision Making: An Integration of Tests of the Groupthink Hypothesis.”* Hasil penelitian mereka

⁷⁵ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori...*, h. 346.347

⁷⁶ Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human...*, h. 74-75.

menunjukkan bahwa secara keseluruhan, tidak ada pengaruh kekompakan yang signifikan pada kualitas keputusan kelompok. Namun, kelompok yang lebih kohesif memberikan keputusan kualitas yang lebih buruk pada kelompok yang sebelumnya hadir.⁷⁷

- b. Ahlfinger, Noni Richardson, Esser dan James K, 2001: *“Testing The Groupthink Model: Effects Of Promotional Leadership And Conformity Predisposition”*. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kelompok dengan pemimpin promosi menghasilkan lebih banyak gejala pemikiran kelompok, membahas lebih sedikit fakta, dan mencapai keputusan lebih cepat daripada kelompok dengan pemimpin nonpromosi.⁷⁸
- c. Ardiansyah Prima dan Ahmad Rudy Fardiyan, 2017: *“Pemikiran Kelompok Dalam Komunitas Untuk Pengembangan Skill Anggota (Studi Pada Komunitas Instameet Di Bandar Lampung)”*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa Komunitas Instameet Lampung menggunakan komunikasi kelompok kecil dalam membangun pemikiran kelompok sehingga menciptakan kohesivitas dan solidaritas yang kuat di dalam kelompok. Hal ini membuat anggota mengorbankan kepentingan individu demi kepentingan kelompok. Meningkatnya *skill* anggota Komunitas Instameet Lampung terlihat dari intensitas partisipasi anggota. Namun demikian, terdapat dominasi pengaruh dari anggota mayoritas yang menentukan keputusan keputusan di dalam kelompok.⁷⁹

Dari beberapa aplikasi teori dalam bentuk penelitian diatas, dapat dijelaskan bahwa kelompok pemikir memiliki pengaruh yang besar terhadap anggota kelompok. Peneliti meyakini bahwa masih banyak lagi hasil penelitian yang menggunakan teori kelompok pemikir ini. Teori ini terbukti terus berkembang dari waktu ke waktu. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti menilai bahwa teori ini sesuai digunakan dalam mengkaji komunikasi kelompok

⁷⁷ Brian Mullen, Tara Anthony, Eduardo Salas, dan James E. Driskel, *Group Cohesiveness and Quality of Decision Making: An Integration of Tests of the Groupthink Hypothesis*, dalam Sage Journal, Vol. 25. No 2, 1994.

⁷⁸ Ahlfinger, Noni Richardson, Esser dan James K, *Testing The Groupthink Model: Effects Of Promotional Leadership And Conformity Predisposition*, dalam Social Behavior and Personality: an International Journal, Volume 29, No 1, 2001.

⁷⁹ Ardiansyah Prima dan Ahmad Rudy Fardiyan, *“Pemikiran Kelompok Dalam Komunitas Untuk Pengembangan Skill Anggota (Studi Pada Komunitas Instameet Di Bandar Lampung)”*, dalam Jurnal Metakom, Vol. 1 No 2, 2017.

teman sebaya siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial terdiri dua kata yaitu media dan sosial. Pertama kata media yaitu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.⁸⁰ Kedua kata sosial yang menurut Emile Durkheim, sosial merujuk pada kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Sedangkan menurut Max Weber kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Kata sosial menurut Karl Marx yaitu merujuk pada saling bekerja sama.⁸¹

Dari dua pengertian dasar tentang media dan sosial di atas, maka yang dimaksud dengan media sosial adalah alat atau sarana yang digunakan oleh beberapa individu atau kelompok untuk menyampaikan pesan kepada khalayak dengan maksud dan tujuan tertentu.

Rulli Nasrullah mengumpulkan definisi media sosial dari berbagai literatur penelitian sebagai berikut:

- a. Menurut Mandiberg (2012), media sosial adalah media yang memudahkan kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten.
- b. Menurut Shirky (2008), media sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
- c. Boyd (2009), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu berkolaborasi atau bermain.

⁸⁰ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cet 12 (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), h.125.

⁸¹ Ruli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, Cet. 3 (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 7.

- d. Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi.
- e. Meike dan Young (2012), mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu dan media public untuk berbagi kepada siap saja tanpa ada kekhususan individu.⁸²

Media sosial adalah media yang berupa situs dan aplikasi yang melibatkan teknologi berbasis internet. Media berbasis teknologi internet ini mendorong dan memungkinkan penggunaannya saling terhubung dengan siapa saja, baik orang-orang terdekat hingga orang asing yang tidak pernah dikenal sebelumnya.⁸³

Dari berbagai pengertian media sosial di atas, peneliti mendefinisikan media sosial adalah suatu media berbasis teknologi internet yang digunakan sekelompok orang untuk melakukan komunikasi, bertukar informasi, berbagi foto maupun video. Dalam melakukan interaksinya tersebut mereka lakukan bukan hanya dengan orang-orang yang mereka kenal saja tetapi dilakukan juga dengan orang yang belum kenal sama sekali.

2. Perkembangan Media Sosial

Riwayat perkembangan komunikasi antarmanusia adalah sama dengan sejarah kehidupan manusia itu sendiri. Menurut Nordenstreng dan Varis ada empat titik penentu yang utama dalam sejarah komunikasi manusia yaitu sebagai berikut:

1. Ditemukannya bahasa sebagai alat interaksi terancang manusia.
2. Berkembangnya seni tulisan dan berkembangnya kemampuan bicara manusia menggunakan bahasa.
3. Berkembangnya kemampuan reproduksi kata-kata tertulis dengan menggunakan alat pencetak, sehingga memungkinkan terwujudnya komunikasi massa yang sebenarnya.

⁸² *Ibid.* h. 11.

⁸³ Endah Triastuti, dkk, *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak Dan Remaja* (Depok: Puskakom, 2017), h. 16.

4. Lahirnya komunikasi elektronik, mulai dari telegraf, telepon, radio, televisi hingga satelit.

Berkembangnya keempat titik penentu dalam sejarah komunikasi merupakan puncak prestasi peradaban umat manusia. Dari empat titik ini, kemudian manusia berkembang bersama semua aspek kehidupan manusia.

Setidaknya ada tiga perbedaan antara manusia dengan makhluk lainnya yaitu:

1. Manusia mampu berkomunikasi dengan manusia lain dengan menggunakan bahasa dan simbol-simbol visual lainnya.
2. Manusia mampu menafsirkan bahasa dan simbol-simbol berdasarkan persepsi dirinya maupun berdasarkan persepsi orang lain.
3. Manusia mampu belajar menyesuaikan dirinya dengan alam sekitarnya serta menciptakan dan menggunakan alat atau teknologi yang diperlukan dalam mengatasi lingkungannya.

Sejak zaman pra sejarah, manusia menyampaikan sesuatu yang ditemukan kepada manusia lain baik pesan berupa tanda peringatan bila terjadi bahaya kepada manusia lain, menyampaikan adanya ancaman alam, binatang buas, dan sebagainya mereka melakukan dengan berteriak dan jika jaraknya jauh maka mereka akan berteriak sekuat-kuatnya untuk meningkatkan jangkauan komunikasi suara sehingga dapat mencapai seluruh kelompok masyarakat.

Menurut Nasution, sekitar 500 tahun sebelum Masehi, Raja Persia Darius menempatkan prajuritnya di setiap puncak bukit lalu saling berteriak satu sama lain, sehingga jarak 450 mil dapat diliput selama dua hari. Selain dengan menggunakan suara teriakan, media beduk atau kentongan juga digunakan. Beduk atau kentongan ini digunakan untuk menyampaikan pesan agar kedengaran hingga jarak yang cukup jauh. Media komunikasi dengan menggunakan asap digunakan Bangsa Indian di Amerika walaupun jaraknya jauh puluhan mil. Hal ini mereka lakukan karena mereka tidak memiliki bahasa tertulis. Walaupun teknik hembusan asap kurang canggih, tetapi analog dengan titik dan garis yang kemudian dipakai untuk melambangkan huruf dalam sistem morse.⁸⁴

⁸⁴ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Cet. 6 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 107-108.

Alo Liliweri dalam bukunya “Komunikasi Serba Ada Serba Makna”, menyatakan bahwa sekurang-kurangnya ada empat catatan historis tentang perkembangan media yaitu:

1. Era masyarakat tribal (*the tribal age*)

Pada era ini komunikasi dimediasi melalui komunikasi lisan karena masyarakat pada umumnya terikat dengan budaya lisan sehingga yang berperan adalah cerita yang mengandalkan keterlibatan pemikiran intuitif dan holistik. Ada empat karakteristik komunikasi lisan yaitu:

- a. Mengandalkan emosi di saat berkomunikasi lisan terutama pada saat mendengarkan.
- b. Komunikasi antarpersonal sangat mengutamakan keterlibatan misalnya menyatakan sikap simpati dan empati kepada sesama.
- c. Memotivasi pendengar bahwa apa yang diceritakan itu penting.
- d. Komunikasi selalu memperhatikan interaksi personal.

2. Era masyarakat tulis (*the age of literacy*)

Pada era ini, komunikasi manusia dimediasi oleh tulisan yang dibangun berdasarkan prinsip-prinsip bangunan logika. Ada empat karakteristik pada era ini yaitu:

- a. Sangat didominasi oleh komunikasi verbal.
- b. Menendorong pendapat pribadi daripada melibatkan kelompok.
- c. Memperkenalkan logika dan cara berfikir linier.
- d. Matematika, sains, dan filsafat.

3. Era percetakan (*the print age*)

Pada era ini komunikasi antar manusia menekankan pada cetakan visual dengan peranan mata sangat dominan, cara berpikir linier, status sains semakin diperhitungkan, serta munculnya sikap individual. Ada empat karakteristik pada era percetakan ini yaitu:

- a. Penyebaran visualisasi secara bebas.
- b. Melakukan konversi tulisan perorangan ke teknik cetakan.
- c. Standarisasi bahasa nasional sebagai syarat membangun nasionalisme.

d. Mempertahankan prototype revolusi industri.

4. Era elektronika (*teh electronic age*)

Era ini diawali dengan terbentuknya kesadaran dan pengalaman hidup dengan prinsip global *village*. Pada era ini, televisi merupakan media yang sangat dominan melibatkan semua sensori manusia seperti persepsi, sikap, stereotip, perasaan, emosi, maupun tindakan. Ada empat karakteristik pada era ini yaitu:

- a. Bertumbuhnya global *village*.
- b. Kehadiran *cool medium* seperti televisi secara spontan menawarkan hakikat lingkungan serta retribalisasi kemanusiaan.
- c. Pengaruh media makin kuat sehingga para penonton menjadi pasif.
- d. Peralihan berfikir dari linear ke lokal.⁸⁵

Everet M. Rogers dalam bukunya *Communication Technology: The New Media in Society*, mengatakan bahwa dalam hubungan komunikasi di masyarakat terdapat empat era media dalam komunikasi yaitu : era media tulis, era media cetak, era media telekomunikasi, dan era media komunikasi interaktif yang masih berlangsung sampai sekarang. Dalam era terakhir media komunikasi interaktif dikenal media komputer, *videotext*, dan *teletext*, *teleconferencing*, TV kabel dan sebagainya.⁸⁶

Penggunaan komputer pada masa awal untuk sekedar menulis, membuat grafik dan gambar serta alat menyimpan data yang luar biasa telah berubah menjadi alat komunikasi dengan jaringan yang lunak dan bisa mencakup seluruh dunia. Era perkembangan komputerisasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

⁸⁵ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Prenada Media Group, 2011), h. 872.

⁸⁶ Burhan Bungin, *Sosiologi...*, h. 111.

Tabel 2.1: Tabel Empat Era Perkembangan Komputerisasi⁸⁷

NO	PERIODE ERA	TAHUN	ARAH MANFAAT
1	Era komputerisasi	1960-an	Pemakaian komputer untuk peningkatan efisiensi
2	Era teknologi informasi	1970-an	Kegunaan komputer bukan hanya untuk meningkatkan efisiensi tetapi juga untuk mendukung terjadinya proses kerja yang lebih efektif
3	Era globalisasi informasi	1980-an	Komputer sebagai media informasi
4	Era Sistem informasi	1990-an	Komputer digunakan untuk melakukan manajemen perubahan (<i>management change</i>)

Awal tahun 1990, integrasi antara komputer dan jaringan telekomunikasi menandai akses informasi yang cepat melintasi batas-batas geografi, sosial dan budaya. Fenomena World Wide Web tahun 1994 menjadikan masyarakat informasi mempunyai banyak bentuk yang spesifik dan mudah dikenali.⁸⁸

Penggunaan komputer dan internet secara cepat mengubah kebutuhan pencari tenaga kerja, mahasiswa belajar, orang mencari kerja, dan masyarakat menyelesaikan masalahnya. Masyarakat lapis bawah yang tertinggal dari revolusi informasi ini merasa kehilangan harapan dan peluang akan perbaikan ekonominya. Mayoritas pekerja formal yang ditawarkan sekarang membutuhkan kemampuan teknologi informasi. Pekerja yang memakai komputer mempunyai penghasilan yang lebih banyak daripada yang tidak memakai komputer. Makin lama makin banyak pekerjaan yang membutuhkan komputer teknologi informasi yang lebih tinggi.⁸⁹

Perkembangan teknologi yang semakin baru memberikan pengaruh dan landasan mengapa perlunya mempelajari komunikasi antar budaya. Proses interaksi antar manusia yang dimediasi oleh teknologi dan mampu menjangkau

⁸⁷ Mukhtaruddin, *Perkembangan Bidang dan Teori Komunikasi*, dalam Syukur Kholil (Ed), *Teori Komunikasi Massa* (Bandung: Ciptapustaka Media, 2011), h. 25.

⁸⁸ Herry Purnomo dan Theo Zacharias, *Pengenalan Informmatika Perspektif Teknik dan Lingkungan* (Yogyakarta : ANDI, 2005), h. 3.

⁸⁹ *Ibid.*

lapisan masyarakat dibelahan dunia manapun menjadi semakin terbuka. Internet sebagai salah satu dampak dari perkembangan teknologi baru pada dasarnya tidak hanya bisa menjadi pintu untuk mengetahui bagaimana budaya yang ada pada masyarakat di daerah tertentu, melainkan menjadi perangkat dalam ekspresi budaya itu sendiri.⁹⁰

Perkembangan teknologi informasi telah mempengaruhi besar-besaran koran (surat kabar) dan jurnal. Para analis memperkirakan terobosan *e-books* dalam waktu dekat. Penerbit dan penyedia jasa elektronik memasarkan buku dan produk lainnya langsung ke pemakai akhir tanpa melewati toko buku tradisional dan perpustakaan.⁹¹

Perkembangan media internet yang begitu cepat dapat dilihat pada tingkat penggunaan media ini di kalangan masyarakat Amerika misalnya, pada tahun 1998 baru ada 1 dari 5 orang membaca internet, tetapi dua tahun sesudah itu meningkat menjadi 1 dari 3 orang sudah menjadi pengguna. Kemajuan ini juga terjadi di bidang legislatif, di mana Kongres AS yang biasanya hanya menerima 500 email per minggu, sekarang meningkat menjadi 2000 email, atau naik sekitar 400 persen. Keadaan sama juga terjadi di Buenos Aires, Brazilia pada tahun 2002, dimana lembaga pemerintahan rata-rata menerima lebih dari 400 pesan email per hari, dan beberapa pejabanya menghabiskan waktu sekitar 1 jam per hari untuk merespon pesan-pesan tersebut.⁹²

Begitu cepatnya perkembangan media internet menimbulkan pengaruh yang sangat signifikan bagi setiap negara. Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami dampak tersebut. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyebutkan bahwa di Indonesia terdapat sekitar 25 juta pengguna internet. Setiap tahunnya pengguna internet terus meningkat sekitar 25%. Kenaikan tersebut salah satunya disebabkan oleh adanya kemudahan dalam mengakses dan mengendalikan informasi serta mengoperasikannya. Dengan

⁹⁰ Rulli Nasrullah, *Komunikasi AntarBudaya Di Era Budaya Siber* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 26.

⁹¹ Herry Purnomo dan Theo Zacharias, *Pengenalan Informatika*, h.12.

⁹² Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 151.

internet, mereka dapat berinteraksi secara bebas dan membentuk komunitas hanya dengan menekan tombol.⁹³

Berdasarkan survey dari Kominfo tahun 2017 tercatat bahwa penggunaan individu internet di Indonesia mengalami peningkatan yang begitu signifikan yaitu 45 persen dari 4238 responden yang digunakan. Adapun pengguna internet kategori usia produktif (20-29 tahun) lebih tinggi dibanding yang lain.⁹⁴

Penggunaan internet yang begitu cepat di Indonesia diikuti dengan penggunaan media sosial. Pada tahun 2017, Kominfo melakukan survey dengan jumlah responden sebesar 3934 orang tentang penggunaan individu media sosial di Indonesia, hasilnya cukup menakjubkan 92.82 persen setiap orang menggunakan media sosial sisanya 7,18 persen mereka tidak menggunakan media sosial.⁹⁵

3. Karakteristik Media Sosial

Rulli Nasrullah dalam bukunya “Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi”, menjelaskan bahwa karakteristik media sosial ada enam jenis yaitu jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, dan konten dalam pengguna. Adapun penjelasannya sebagai berikut⁹⁶ :

a. Jaringan Antar Pengguna

Jaringan (*network*) adalah infrastruktur yang menghubungkan dari satu komputer ke komputer lainnya. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antarpengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti computer, telepon genggam, atau tablet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antarpengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk

⁹³ Roni Tabroni, *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia* (Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2012), h. 157.

⁹⁴ Kominfo, *Survey Penggunaan TIK 2017: Serta Implikasinya terhadap Aspek Sosial Budaya Masyarakat* (Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, 2017), h. 26.

⁹⁵ *Ibid.*, h. 40.

⁹⁶ Ruli Nasrullah, *Media Sosial...*, h. 16-33.

antara pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak sadar, akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori-teori sosial.⁹⁷

b. Informasi

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antara pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring.

c. Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di *Facebook* informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan sampai tahun. Oleh karena itu media sosial dapat digunakan sebagai salah satu tempat penyimpanan data dan informasi yang dapat diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun.

d. Interaksi

Interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, sebagai contoh ketika seseorang sebut saja namanya si Yazid mengunggah sebuah foto atau video pada halaman *Facebook*, maka teman-teman yang lain yang ada di *Facebook* akan memberikan respon tanda jempol “*like*”. Bukan hanya memberikan respon *like* saja, bahkan teman yang memberikan respon tadi dapat membagikan unggahan yang telah dikirim si Yazid tadi.

e. Simulasi Sosial

Baudrillard menyatakan bahwa simulasi adalah suatu keadaan yang menggambarkan bahwa kesadaran pada kondisi yang nyata (*real*) dibenak pengguna semakin berkurang dan digantikan dengan keadaan yang semu. Kondisi

⁹⁷ Ruli Nasrullah, *Media Sosial...*, h. 16-17.

ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media terus-menerus. Khalayak seolah-olah tidak dapat membedakan antara yang nyata dengan yang ada dilayar.

f. Konten oleh Pengguna

Konten oleh pengguna menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten oleh pengguna merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi.

Karakteristik dari media sosial lainnya adalah sebagai berikut:

a. Partisipasi

Media sosial merupakan sebagai pendorong adanya kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau memiliki minat memakainya, sampai bisa mengaburkan batas antara media dan audience.

b. Keterbukaan

Banyak media sosial yang terbuka untuk umpan balik dan juga partisipasi melalui suatu voting, berbagi dan juga komentar. Kadang-kadang batasan untuk mengakses dan menggunakan isi pesan (perlindungan password pada isi cenderung dianggap aneh).

c. Perbincangan

Media sosial sangat mungkin membuat adanya perbincangan ataupun pemakaian secara dua arah.

d. Keterhubungan

Banyak media sosial berkembang pesat karena mempunyai suatu kemampuan yang bisa melayani keterhubungan antar pemakainya, melalui suatu fasilitas tautan (*links*) ke *website*, sumber informasi dan bagi pemakai lainnya.⁹⁸

4. Jenis-Jenis Media Sosial

Banyak literatur ataupun sumber yang membagi jenis-jenis media sosial. Rulli Nasrullah membagi jenis-jenis media sosial menjadi enam kategori sebagai berikut⁹⁹:

⁹⁸ <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-karakteristik-fungsi-jenis-jenis-dampak.html> (diunduh 15 Februari 2019)

⁹⁹ Ruli Nasrullah, *Media Sosial...*, h. 39-47.

a. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Karakter utama dari jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan sering bertemu di dunia nyata maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, pembetulan pertemanan baru berdasarkan sesuatu yang sama misalnya hobi, sudut pandang politik, asal sekolah, atau profesi kerja. Contoh jenis media jejaring sosial adalah seperti *Facebook* dan *Instagram*.

b. Jurnal *Online* (Blog)

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Karakter dari blog yaitu bahwa penggunanya adalah pribadi dan konten yang dipublikasikan juga terkait pengguna itu sendiri. Secara mekanis, jenis media sosial ini dibagi menjadi dua : *Pertama*, kategori *personal homepage* yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri, seperti .com atau .net; *Kedua*, dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman *weblog* gratis seperti *Wordpress* atau *Blogspot*.

c. Jurnal *Online* Sederhana atau Mikroblog (*Microblogging*)

Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Melalui *Microblogging* ini pengguna dapat menyebarkan informasi, mempromosikan pendapatnya maupun pendapat orang lain, dan dapat membahas isu terhangat (*trending topic*). Contoh jenis media sosial ini adalah seperti *Tweeter*.

d. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Media berbagi merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya. Beberapa contoh media berbagi adalah *YouTube*, *Flickr*, *Photo Bucket*, atau *Snapfish*.

e. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda sosial merupakan media sosial yang untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Informasi yang diberikan di media sosial ini bukanlah informasi yang utuh.

Artinya, pengguna hanya disediakan informasi berupa teks, foto, atau video singkat sebagai pengantar yang kemudian pengguna akan diarahkan pada tautan sumber informasi itu berada. Beberapa situs penanda sosial yang populer adalah *Delicious.com*, *StambleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan di Indonesia ada *LintasMe*.

f. Media Konten Bersama atau Wiki.

Media konten bersama merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam praktiknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh para pengunjung yang berarti adanya kolaborasi atau kerjasama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.

Dari enam jenis-jenis media sosial di atas, para siswa yang notabene merupakan pelajar dan menginjak usia remaja pada umumnya terlibat menggunakan empat jenis media sosial yaitu *Instagram*, *YouTube*, *Line*, dan *Facebook*. Artinya, empat media sosial tersebut memiliki intensitas paling tinggi di antara media sosial yang lain. Ada beberapa penyebab mengapa anak dan remaja paling menggemari empat media sosial tersebut, yaitu¹⁰⁰:

- a. Anak-anak seusia mereka juga menggunakan, terutama teman-teman sekitar.
- b. Keempat sosial media tersebut memiliki fitur yang memungkinkan anak dan remaja untuk mengawasi (*watching*), meninggalkan komentar, membagi informasi (posting foto, lagu, film), mengkonsumsi konten, berkomunikasi (memiliki *future inbox chat*).
- c. Keempat media sosial tersebut memberi wadah untuk berpartisipasi dalam komunitas yang sesuai dengan minat mereka.
- d. Keempat sosial media tersebut memiliki *platform* aplikasi *mobile*.
- e. Keempat sosial media tersebut memiliki fungsi hiburan.

¹⁰⁰ Endah Triastuti, dkk, *Kajian...*, h. 41-42.

5. Aktivitas Siswa di Media Sosial

Anak dan remaja yang merupakan seorang siswa ketika mereka menggunakan media sosial, media sosial tersebut digunakan untuk pemenuhan hasrat mereka dalam mencari hiburan. Jenis hiburan yang mereka dapatkan melalui media sosial tersebut diantaranya adalah musik dalam bentuk audio maupun video di *YouTube* sesuai dengan selera atau viral, menonton film yang disenanginya, memainkan *game online* melalui platform *Facebook* maupun *LINE*; hingga mencari *memes* yang menurut mereka menarik di *Facebook*, *Twitter* hingga *Instagram*.

Media sosial dimanfaatkan pula sebagai ruang untuk berbagi informasi-informasi pribadi baik berupa foto maupun video seperti yang dapat mereka lakukan di *Facebook*, *Instagram* dan *Path*. Platform tersebut memiliki fitur yang mendukung penggunaanya berbagi pelbagai informasi *audio-visual* apapun mengenai tindakan yang dilakukan oleh pemilik akun. Selain itu mereka dapat mencari beragam informasi aktual terkini baik yang bersifat formal dan informal seperti berita, gosip, tips, termasuk hiburan.

Hal ini juga berkaitan dengan media sosial yang memiliki fungsi seperti portal berita, siaran televisi dan pemutaran video singkat. Bagi para siswa sebagai pelaku dalam institusi pendidikan, media sosial menyediakan ruang untuk memperoleh solusi/bantuan dalam mengerjakan tugas sekolah, membaca dan belajar saat menghadapi ujian sekolah. Terkait kegiatan membaca di media sosial, selain membaca sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan sekolah juga termasuk membaca sesuatu yang bersifat non-akademis seperti hobi, berita, gosip, komunitas dan sebagainya. Dalam hal ini mereka biasanya berbagi informasi melalui aplikasi *instant messenger* seperti *Whatsapp*, *LINE* dan *BBM*. Sementara kegiatan membaca dapat dilakukan pada platform media sosial seperti *Facebook*, maupun *Instagram*.

Anak dan remaja dalam hal ini adalah seorang siswa merupakan kelompok masyarakat dengan usia yang sedang memasuki fase penting terkait upaya aktualisasi diri dalam era digital saat ini. Salah satu tindakan yang menunjukkan hal tersebut yaitu berbagi status mengenai apa yang sedang mereka lakukan dan rasakan di berbagai platform media sosial yang mereka gunakan.

Berbagi status terkait pula dengan fakta bahwa mereka juga terhubung dengan teman-teman mereka sehingga segala sesuatu yang dibagikan berpotensi diterima dan dicerna serta dikomentari.

Salah satu tindakan yang paling lekat dalam keseharian seorang siswa di media sosial adalah melakukan percakapan (*chatting*) dengan orang lain sesama pengguna aplikasi media sosial. Pengguna lain ini dapat berupa teman, keluarga hingga orang yang relatif belum dikenal sama sekali.

Menguntit (*stalking*) juga menjadi tindakan favorit siswa dalam aktivitas bermedia sosial. Sosok yang menjadi sasaran *stalking* beragam dari mengikuti akun atau mencari informasi (foto, video, status) mengenai figur publik/idola, keluarga, teman atau siapapun yang menurut mereka penting untuk diketahui melalui *platform-platform* seperti *Facebook*, *Instagram*, *Path*, *Twitter* dan sebagainya.

Mengisi waktu kosong dengan bermedia sosial merupakan tindakan yang relatif belum dapat didefinisikan secara jelas karena ragam tindakan itu bisa saja termasuk hal-hal lain yang belum terpapar di atas, termasuk melakukan aktivitas media sosial tanpa kendali, lupa waktu, terlibat percakapan yang berisiko mengarah kepada penipuan/kriminal dan mengakses konten tidak ramah anak. Waktu kosong yang diisi dengan bermedia sosial semata tanpa kontrol yang memadai dari orang tua atau wali berpotensi.¹⁰¹

6. Pengaruh Media Sosial Bagi Siswa

Perkembangan media sosial yang begitu cepat memberikan pengaruh yang positif maupun pengaruh yang negatif bagi para siswa. Berikut pengaruh positif dan negatif media sosial bagi siswa.

a. Pengaruh Positif

- 1) Untuk menghimpun keluarga, saudara, kerabat yang tersebar, dengan jejaring sosial ini sangat bermanfaat dan berperan untuk mempertemukan kembali keluarga atau kerabat yang jauh dan sudah lama tidak bertemu, kemudian lewat dunia maya hal itu dapat dilakukan.

¹⁰¹ Endah Triastuti, dkk, *Kajian...*, h. 56-59.

- 2) Sebagai media penyebaran informasi. Informasi yang *up to date* sangat mudah menyebar melalui situs jejaring sosial. Hanya dalam tempo beberapa menit setelah kejadian, seseorang telah dapat menikmati informasi tersebut.
- 3) Memperluas jaringan pertemanan. Dengan menggunakan jejaring sosial, seseorang dapat berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan dengan orang yang belum dikenalnya sekalipun dari berbagai penjuru dunia.
- 4) Situs jejaring sosial membuat anak dan remaja menjadi lebih bersahabat, perhatian, dan empati.
- 5) Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dan sosial. Pengguna dapat belajar bagaimana cara beradaptasi, bersosialisasi dengan publik dan mengelola jaringan pertemanan.
- 6) Internet sebagai media komunikasi, setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.
- 7) Media pertukaran data. Dengan menggunakan jaringan situs-situs web para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.
- 8) Sebagai media promosi dalam bisnis. Hal ini memungkinkan para pengusaha kecil dapat mempromosikan produk dan jasanya tanpa mengeluarkan banyak biaya.¹⁰²

Adapun Donny Bu dan Merry Magdalena dalam bukunya “Internet Sehat: Pedoman Berinternet Aman, Nyaman dan Bertanggung Jawab” menyebutkan pengaruh positif dari media sosial adalah sebagai berikut:

- 1) Anak dan remaja dapat belajar mengembangkan keterampilan teknis dan sosial yang sangat dibutuhkan di era digital seperti sekarang ini. Mereka akan belajar bagaimana cara beradaptasi, bersosialisasi dengan publik, dan mengelola jaringan.
- 2) Memperluas jaringan pertemanan. Berkat situs jejaring sosial, anak menjadi lebih mudah berteman dengan orang lain di seluruh dunia, meski sebagian besar di antaranya tidak pernah mereka temui secara langsung.

¹⁰² <http://bijakbersosmed.id/dampak-positif-dan-negatif-sosial-media> (diunduh 18 Februari 2019)

- 3) Anak dan remaja akan termotivasi untuk belajar mengembangkan diri melalui teman-teman yang mereka jumpai secara *online*, karena di sini mereka berinteraksi dan menerima umpan balik satu sama lain.
- 4) Media sosial membuat anak dan remaja menjadi lebih bersahabat, perhatian, dan empati. Misalnya memberikan perhatian saat ada teman mereka yang berulang tahun, mengomentari foto, video dan status teman mereka, menjaga hubungan persahabatan meski tidak dapat bertemu secara fisik.¹⁰³

b. Pengaruh Negatif

- 1) Anak dan remaja menjadi malas belajar berkomunikasi di dunia nyata. Tingkat pemahaman bahasa pun menjadi terganggu. Jika anak terlalu banyak berkomunikasi di dunia maya, maka pengetahuan tentang seluk-beluk berkomunikasi di kehidupan nyata, seperti bahasa tubuh, dan nada suara menjadi berkurang.
- 2) Media sosial akan membuat anak dan remaja lebih mementingkan diri sendiri. Mereka menjadi tidak sadar akan lingkungan di sekitar mereka, karena kebanyakan menghabiskan waktu di internet. Hal ini dapat mengakibatkan anak menjadi kurang berempati di dunia nyata.
- 3) Tidak ada aturan ejaan dan tata bahasa di situs media sosial. Hal ini akan membuat anak dan remaja semakin sulit untuk membedakan antara berkomunikasi di situs media sosial dan di dunia nyata. Masalah ini akan mempengaruhi keterampilan menulis mereka di sekolah dalam hal ejaan dan tata bahasa.
- 4) Media sosial adalah lahan subur bagi predator untuk melakukan kejahatan. Kita tidak akan pernah tahu apakah seseorang yang baru dikenal anak kita di internet, menggunakan jati diri yang sesungguhnya.¹⁰⁴

Sedangkan Endah Triastuti menjelaskan bahwa pengaruh negatif bagi siswa adalah sebagai berikut :

¹⁰³ Donny BU dan Merry Magdalena (Ed), *Internet Sehat: Pedoman Berinternet Aman, Nyaman dan Bertanggung Jawab* (Jakarta: Siberkreasi, tt), h. 58.

¹⁰⁴ *Ibid.*, h.59.

- 1) Terlalu banyak informasi tentang kehidupan pribadi mereka sehingga menyebabkan masalah seperti kerentanan terhadap *cyberbul-lies*.
- 2) Telalu banyak menggunakan media sosial dapat mengakibatkan candu terhadap media sosial.
- 3) Takut ketinggal berita terkini akhirnya mendorong mereka untuk terus mencari dan berbagi informasi dari internet melalui media sosial, sehingga rentan terhadap risiko predator online, pornografi, kekerasan, perundungan ma-ya, invasi privasi, dan pencurian identitas.
- 4) Media sosial dapat menciptakan jarak antara anak dan keluarga, hal ini terjadi karena ketika mereka menggunakan media sosial mereka akan terfokus melakukan interaksi dengan teman-teman atau orang-orang di media sosial dari pada dengan keluarganya sendiri.
- 5) Penggunaan media sosial secara berlebihan, akan berdampak pada kesehatan anak seperti kurangnya penglihatan pada anak.¹⁰⁵

Nurudin dalam penelitiannya menjelaskan tentang perubahan yang terjadi akibat munculnya media sosial yaitu¹⁰⁶:

- a. Perubahan hubungan sosial.

Perubahan hubungan sosial yang terjadi antara individu seperti hubungan antara teman sebaya, hubungan dengan keluarga dan hubungan lainnya yang biasa dilakukan dengan kontak langsung sekarang diambil alih oleh media sosial.

- b. Jurang kaya dan miskin informasi semakin lebar.
- c. *Privacy* terganggu.

Hadirnya media sosial menyebabkan hampir semua orang tidak memiliki *privacy*. Hal ini karena setiap rahasia yang disimpan cepat atau lambat akan segera diketahui orang lain.

- d. Orang terpencil dari lingkungan sosial.

Media sosial menyebabkan seorang individu terasing dari kehidupan sosialnya. Hal ini karena kuantitas berkomunikasi tidak lagi

¹⁰⁵ Endah Triastuti, dkk, *Kajian...*, h. 72.

¹⁰⁶ Nurudin, *Media Sosial Agama Baru Masyarakat Milenial* (Malang: Intrans Publishing, 2018), h. 50.

menggunakan komunikasi tatap muka melainkan menggunakan media sosial.

- e. Informasi sampah disusupan.

Dalam media sosial informasi sampah kerap kali muncul misalnya status yang isinya marah-marah, mendendam, kata-kata kasar, atau menjelekan orang lain.

7. *Uses and Effect Theory*

Pendekatan *uses and effect* pertama sekali dikemukakan oleh Sven Windahl yang merupakan sintesis antara pendekatan *uses and Gratifications* dan teori tradisional mengenai efek.¹⁰⁷ Konsep *use* (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran teori ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media akan memberikan jalan bagi pemahaman dan pemikiran tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti *exposure* yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lain, pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana isi terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, fokus dari teori ini lebih kepada pengertian kedua.¹⁰⁸

Dalam teori *uses and gratifications*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh adanya kebutuhan dasar dari setiap individu, maka dalam teori *uses and effects*, kebutuhan hanya menjadi salah satu dari faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses terhadap media akan membawa individu mengambil keputusan untuk menggunakan media atau tidak.

Hasil dari proses komunikasi massa dan kaitannya dengan penggunaan media akan membawa pada bahagian penting dari teori *uses and effect*, hubungan antara penggunaan dan hasilnya, dengan tetap memperhatikan isi media, memiliki beberapa bentuk yang berbeda, yaitu¹⁰⁹ :

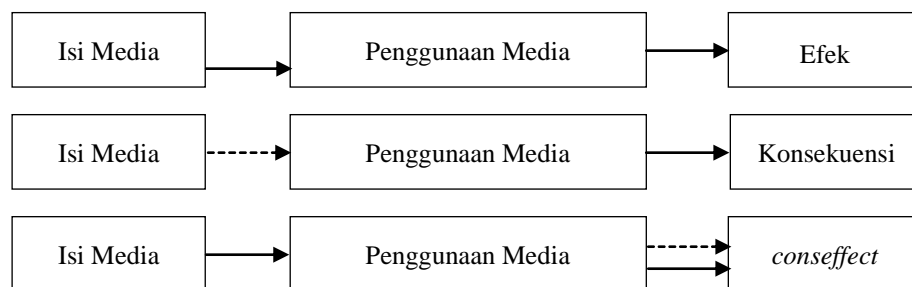
¹⁰⁷ Sasa Djuarsa Sendjaya, dkk., *Teori ...*, h. 5.43.

¹⁰⁸ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi...*, h. 287.

¹⁰⁹ Sasa Djuarsa Sendjaya, dkk., *Teori...*, 5.44 -5.45.

- a. Pada kebanyakan teori efek tradisional media, karakteristik isi media menentukan sebagian besar dari hasil. Dalam hal ini, penggunaan media hanya dianggap sebagai faktor perantara, dan hasil dari proses tersebut dinamakan efek.
- b. Dalam berbagai proses, hasil lebih merupakan akibat penggunaan daripada karakteristik isi media. Penggunaan media dapat mengecualikan, mencegah atau mengurangi aktivitas lainnya, di samping dapat pula memiliki konsekuensi psikologis seperti ketergantungan pada media tertentu. Jika penggunaan merupakan penyebab utama dari hasil, maka ia disebut konsekuensi.
- c. Kita dapat juga beranggapan bahwa hasil ditentukan oleh sebagian isi media (melalui perantaraan penggunaannya) dan sebagai lainnya ditentukan oleh penggunaan media itu sendiri. Oleh karenanya ada dua proses penggunaan yang terjadi dan berlangsung secara serempak dan bekerja bersama-sama, sehingga terjadi suatu hasil yang disebut dengan “*consequence*” (yaitu berupa gabungan antara konsekuensi dan efek dari suatu media). Proses pendidikan yang terjadi melalui media biasanya menyebabkan hasil yang berbentuk ‘*consequence*’. Dimana sebagian dari hasil disebabkan oleh isi yang berbentuk pembelajaran (efek), dan sebagian lagi merupakan bagian dari hasil penggunaan media yang secara otomatis mengakumulasikan dan menyimpan pengetahuan.

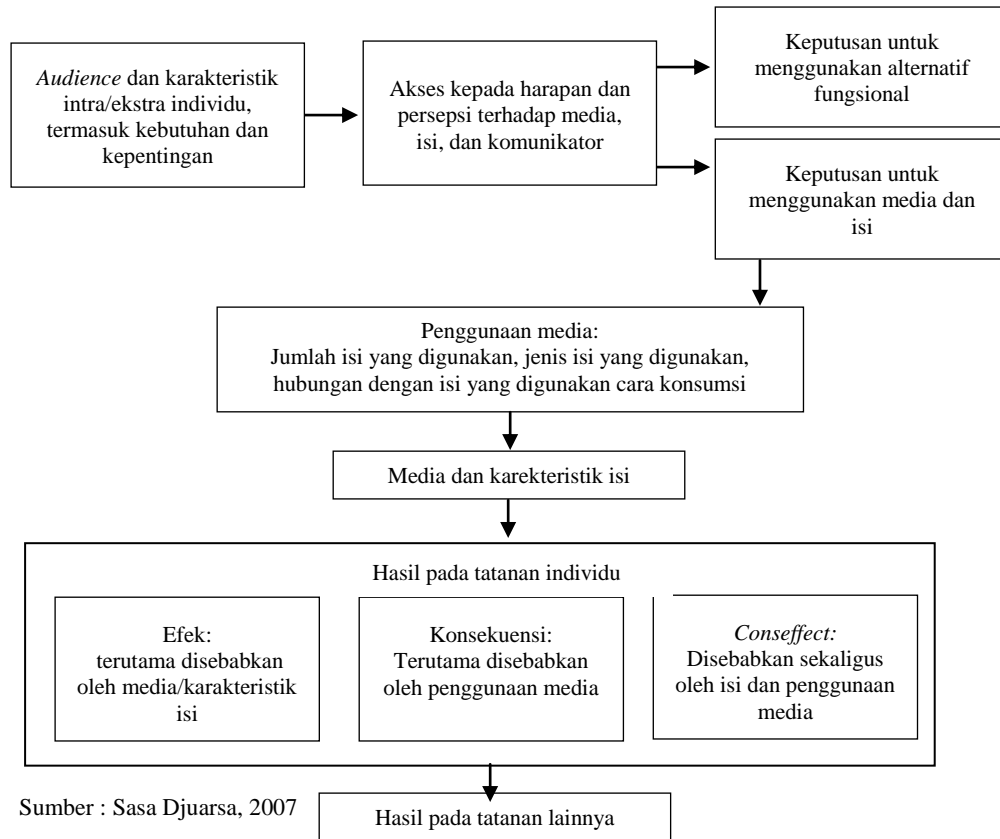
Ketiga keterkaitan di atas dapat diilustrasikan pada gambar berikut:



Sumber : Sasa Djuarsa, 2007

Gambar 2.1: Ilustrasi teori *uses and effects*

Hasil-hasil ini dapat ditemukan pada tataran individu maupun tataran masyarakat. Gambaran selengkapnya dapat dilihat pada diagram berikut :



Gambar 2.2: Diagram teori *uses and effects*

Efek dari suatu kegiatan komunikasi terhadap individu maupun masyarakat membuat komunikator meramal untuk melakukan sesuatu agar efek tertentu dari komunikasi dapat tercipta. Secara sederhana kondisi-kondisi yang harus dipenuhi agar suatu pesan dapat membangkitkan tanggapan yang dikehendaki, menurut Schramm meliputi syarat-syarat berikut :

- a. Setiap pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhannya tersebut.

- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.¹¹⁰

Aplikasi teori dari teori *uses and effects* ini terus berkembang dan menjadi kajian dalam bentuk penelitian dan menguji kembali teori ini. Berikut beberapa hasil penelitian yang menggunakan teori *uses and effects* yaitu:

- a. Rahmat Edi Irawan, 2013: “*Pentingnya Penonton Aktif Di Era Industri Televisi Indonesia Saat Ini*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penonton memiliki sikap aktif terhadap tayangan televisi. Penonton selalu memberikan reaksi atau tanggapan, sehingga media massa atau yang menyampaikan pesan tidak bisa seenaknya dalam menyampaikan pesan-pesan tersebut.¹¹¹
- b. Stevani Rory, Debby D.V. Kawengian, dan Anthonius M. Golung, 2014: “*Efektivitas Tayangan Yuk Keep Smile Di Trans TV Terhadap Pemenuhan Hiburan Pemirsa Di Kelurahan Walian*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tayangan *Yuk Keep Smile* di Trans TV sangat efektif dalam Pemenuhan Hiburan Pemirsa Di Kelurahan Walian.¹¹²
- c. Fahrul Rizal, 2016: “*Pengaruh Pola Menonton Iklan, Sinetron dan Infotainment di Televisi Terhadap Globalisasi Budaya Pada Masyarakat Muslim di Kota Medan*”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pola menonton iklan dan sinetron memiliki pengaruh (efek) yang signifikan terhadap globalisasi budaya. Sedangkan pola menonton *infotainment* efeknya tetap ada meski tidak signifikan. Selanjutnya ketiga variabel yaitu iklan, sinetron dan *infotainment* secara bersama-sama mempengaruhi khalayak 46,5% terhadap globalisasi budaya masyarakat muslim kota Medan. Data ini memberikan penegasan bahwa apa yang ditonton khalayak

¹¹⁰ Wilbur Schramm, “*How Communication Works*”, dalam Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi dan Modernisasi* (Bandung: Alumni, 1981), h. 53.

¹¹¹ Rahmat Edi Irawan, *Pentingnya Penonton Aktif Di Era Industri Televisi Indonesia Saat Ini*, dalam Jurnal Humaniora Vol.4 No.1 April 201.

¹¹² Stevani Rory, Debby D.V. Kawengian, dan Anthonius M. Golung, “*Efektivitas Tayangan “Yuk Keep Smile” Di Trans TV Terhadap Pemenuhan Hiburan Pemirsa Di Kelurahan Walian*”, dalam Jurnal Acta Diurna, Vol III. No.2., Tahun 2014.

memberikan efek terhadap dirinya. Hal ini memberikan penegasan teori *uses and effect* pada penelitian ini.¹¹³

Dari uraian di atas mengenai teori *uses and effects*, terlihat bahwa teori *uses and effects* menjelaskan bahwa penggunaan media dapat menimbulkan efek bagi penggunanya. Dengan banyaknya penggunaan media sosial sekarang yang dilakukan seseorang, peneliti menganggap bahwa dalam penelitian ini teori ini relevan digunakan dalam penggunaan media sosial bagi siswa-siswi Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

D. Search Engine

1. Pengertian *Search Engine*

Search Engine atau mesin pencari merupakan fasilitas yang memungkinkan pengguna mencari suatu informasi tertentu dengan memasukkan suatu kata kunci.¹¹⁴ Sedangkan menurut Joko Widiyatmoko dan Ery Hermawan, *search engine* adalah mesin pencari di internet yang disediakan secara gratis oleh *website* atau situs-situs.¹¹⁵

Search engine menyajikan daftar situs disertai dengan deskripsi singkat mengenai situs atau informasi tertentu yang terkait dengan kata kunci pencarian berupa satu kata, beberapa kata, atau suatu kalimat. Suatu perintah pencarian pada *search engine* akan menghasilkan beberapa baris referensi situs, atau juga dapat menghasilkan ratusan baris referensi situs terbagi dalam beberapa lembar halaman hasil pencarian. Semakin spesifik kata kunci yang digunakan, maka akan semakin akurat referensi yang diberikan dan semakin sedikit referensi situs yang direferensikan.

Umumnya daftar situs yang direferensikan *search engine* diurutkan berdasarkan rangking. Urutan rangking sebuah situs ditentukan beberapa faktor yaitu: 1) Banyaknya link pada situs lain yang mengarah ke situs tersebut, 2) Tingginya akses ke situs tersebut saat disajikan dalam halaman hasil pencarian

¹¹³ Fahrul Rizal, *Pengaruh Pola Menonton Iklan, Sinetron dan Infotainment di Televisi Terhadap Globalisasi Budaya Pada Masyarakat Muslim di Kota Medan* (Disertasi : UINSU, 2016).

¹¹⁴ Herry Purnomo dan Theo Zacharias, *Pengenalan...*, h. 378.

¹¹⁵ Joko Widiyatmoko dan Ery Hermawan, *Mengenal Lebih Dekat Internet* (Yogyakarta : PT Citra Aji Permana, 2008), h. 96.

dan, 3) Ketepatan kata kunci pencarian dengan elemen-elemen informasi yang terkandung di dalam situs juga menentukan rangking.¹¹⁶

Jonathan Sarwono mendefinisikan *search engine* atau mesin pencari adalah suatu program yang digunakan oleh pengguna internet untuk mencari dokumen-dokumen didasarkan pada kata kunci atau key word dari sebuah informasi yang ingin diketahui, misalnya produk, jasa layanan, atau berita. Dengan berpedoman pada kata kunci yang digunakan maka akan ditampilkan halaman-halaman yang mengandung unsur kata kunci tersebut.¹¹⁷

Sedangkan Richardus Eko Indrajit mengartikan *search engine* adalah suatu program yang dapat diakses melalui internet yang fungsinya membantu pengguna mencari berbagai hal yang ingin diketahuinya.¹¹⁸

Dari beberapa pendapat di atas, peneliti menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *search engine* adalah suatu program mesin pencari yang digunakan seseorang untuk mencari berbagai jenis informasi yang dibutuhkannya seperti informasi pendidikan, olahraga, hiburan, bisnis, atau informasi lainnya yang dalam penggunaannya menggunakan koneksi internet.

2. Karakteristik *Search Engine*

Jonathan Sarwono menjelaskan tentang karakteristik *search engine* sebagai berikut¹¹⁹:

a. Search Engine Berdasarkan Robot (*Crawler-Based Search Engine*).

Search engine melakukan pencarian dan mendaftar (*craw/spider*) halaman-halaman website, kemudian hasil listing digunakan oleh para pengguna internet ketika melakukan pencarian informasi tertentu melalui *search engine* tersebut. *Crawler* atau robot selalu melakukan pencarian halaman-halaman *website* secara teratur. Oleh karena itu, *crawler* akan menemukan perubahan yang telah dibuat pada halaman-halaman tertentu dan secara otomatis akan mengganti halaman-halaman lama dengan yang baru.

¹¹⁶ *Ibid.* h. 98-99.

¹¹⁷ Jonathan Sarwono, *Search Engine* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010), h. 1.

¹¹⁸ Richardus Eko Indrajit, dkk, *Pemanfaatan Search Engine Sebagai Sarana Penunjang Proses Pembelajaran* (Yogyakarta, CV Andi Offset, 2006), h. 3.

¹¹⁹ Jonathan Sarwono, *Search...*, h.9-11.

Search engine berdasarkan *crawler* memiliki tiga elemen utama. *Pertama*, elemen *spider* yang bekerja dengan mengunjungi suatu halaman web tertentu, membacanya, kemudian mengikuti link-link menuju halaman-halaman lain dalam web tersebut. *Kedua*, yaitu tempat penyimpanan terkait dengan yang ditemukan *spider* saat mengunjungi *website* tertentu. Bagian kedua ini disebut sebagai indeks atau katalog digambarkan sebagai buku besar yang berisi kopian setiap halaman web yang ditemukan oleh *spider*. *Ketiga*, yaitu perangkat lunak *search engine*. Elemen ini merupakan suatu program yang menyaring jutaan halaman yang disimpan dalam indeks untuk dicocokkan dengan suatu pencarian tertentu dan dirangking berdasarkan kesesuaian pencarian.

b. Direktori Didasarkan Cara Kerja Manusia (*Human-Powered Directories*)

Karakteristik utama direktori seperti *Open Directory*, tergantung pada manusia dalam melakukan listings atau indeks. Salah satu caranya adalah mendaftarkan halaman-halaman web dengan memberikan deskripsi singkat mengenai halaman-halaman tersebut, kemudian pihak editor akan melakukan *review*. Dengan begitu, pencarian hanya cocok dengan deskripsi yang pernah diserahkan.

c. Search engine Campuran (*Hybrid Search Engines*)

Search engine campuran maksudnya adalah menggabungkan antara *crawler* dan manusia sehingga dapat memberikan hasil yang berasal dari *crawler* maupun dari listing yang dilakukan oleh manusia. Salah satu contoh *search engine* campuran adalah *MSN Search*.

3. Jenis-Jenis Search Engine

Terdapat banyak *search engine* di dunia, akan tetapi tidak semuanya memiliki kedudukan yang sama. Secara umum, *search engine* dapat dibagi menjadi tiga golongan yaitu :

a. *Search Engine* Primer

Search engine primer merupakan *search engine* yang paling umum dikenal oleh pengguna internet. *Search engine* ini paling berperan untuk menambah jumlah pengunjung di website. Umumnya penyedia *search engine* ini menyediakan layanan lainnya sebagai penyokong layanan

search engine yang dimiliki, antara lain email dan portal berita yang dapat dinikmati secara gratis. Jenis *search engine* primer ini adalah *Google*, *Yahoo!*, dan *Live*.

b. *Search Engine* Sekunder

Search engine sekunder secara layanan sebenarnya sama seperti *search engine* primer, akan tetapi penggunaannya lebih kecil dibandingkan dengan *search engine* primer. Perbedaan *search engine* lapis kedua ini terletak pada teknik pencarian yang digunakan berbasis keyword dan link balik. Selain itu, mereka juga menggunakan pembacaan meta tag dan menggunakan algoritma khusus tertentu. Hasilnya tidak sevalid *search engine* utama. Contoh *search engine* sekunder ini adalah *Lycos*, *Ask.Com* dan AOL.

c. *Search Engine* Khusus

Search engine khusus menysasar pengguna khusus dengan segmen pencarian yang terbatas. Jika seseorang memiliki website yang khusus menysasar konsumen tertentu maka *search engine* khusus ini perlu untuk diperhatikan. Walaupun segmennya khusus, namun penggunaannya dapat lebih konsen dibanding pengguna lainnya. Contoh *search engine* jenis ini adalah *CitySearch* dan *Yahoo! Travel*.¹²⁰

4. Teknik Penggunaan *Search Engine*

Informasi yang tersedia di internet sangatlah banyak, agar tidak terjadi banjir informasi yang tak terkendali maka harus ada cara atau teknik khusus yang harus diketahui seorang pengguna internet dapat memperoleh informasi yang benar-benar relevan dengan kebutuhannya.

Richardus Eko Indrajit, menjelaskan bahwa secara umum ada dua teknis dasar yang dapat dipergunakan saat melakukan *searching*, yaitu: *Pertama*, menggunakan simbol Matematika, dan *Kedua*, menggunakan simbol Boolean. Adapun penjelasan teknik-teknik di atas adalah sebagai berikut ¹²¹:

a. Menggunakan Simbol Matematika

¹²⁰ Wahana Komputer, *Search engine Optimization (SEO): Cara Cepat Mendapatkan Rating Tinggi Di Search Engine* (Yogyakarta; CV Andi Offset, 2009), h. 14-16.

¹²¹ Richardus Eko Indrajit, dkk, *Pemanfaatan*, h. 10-23.

1) Menggunakan Simbol Plus (+)

Simbol pertama yang sangat berguna untuk pencarian dengan *search engine* adalah tanda plus (+). Seorang pengguna internet dapat menggunakan tanda plus jika ingin mencari dokumen yang memuat lebih dari satu kata kunci. Contohnya, jika seorang pengajar atau peserta didik ingin mengetahui informasi mengenai populasi guru di kota Medan, maka yang bersangkutan dapat mencarinya dengan menggunakan kata kunci: +populasi+guru+Medan. Ketika menerima masukan dengan format seperti itu, maka mesin pencari akan mencari berbagai dokumen maupun artikel yang memuat kata populasi, guru, dan Medan di seluruh jaringan internet. Jika terdapat sebuah dokumen yang hanya mengandung salah satu atau salah dua dari ketiga kata tersebut, maka dokumen itu tidak akan ditampilkan.

2) Menggunakan Simbol Minus (-)

Simbol minus tersebut dapat diartikan dengan makna “kecuali”. Cara penggunaannya adalah sebagai berikut: seorang pelajar ingin mencari informasi tentang riwayat hidup pahlawan-pahlawan Aceh yang tidak memiliki gelar Teuku. Untuk mencari bahwa siapa saja pahlawan yang dimaksudkannya, ia dapat mencarinya pada *search engine* dengan memasukkan *searching key* berformat: +nama+pahlawan+Aceh-Teuku. Dengan format seperti itu, *search engine* yang digunakannya akan mencari seluruh dokumen yang mengandung kata nama, pahlawan, dan Aceh namun tidak memuat kata Teuku di dalamnya.

3) Menggunakan Simbol Tanda Kutip (“)

Simbol tanda kutip dapat membantu pengguna untuk semakin memfokuskan pencarian ke hal yang benar-benar diinginkan. Tanda kutip memerintahkan *search engine* untuk mencari dokumen atau informasi yang mengandung teks, persis seperti yang ada di dalam kutip terkait. Contoh penggunaannya adalah sebagai berikut: “sejarah Indonesia”. Jika perintah ini diketikkan pada *search engine*, maka *search engine* akan mencari seluruh dokumen di internet yang mengandung frase sejarah

Indonesia. Jika sebuah dokumen hanya mengandung kata sejarah atau Indonesia saja, maka dokumen tersebut tidak akan ditampilkan.

4) Penggabungan Simbol Plus, Minus, dan Tanda Kutip

Ketiga simbol matematika yaitu simbol plus, minus, dan tanda kutip, jika digabungkan dalam penggunaannya akan menjadi sebuah alat pencari yang sangat ampuh. Contoh penggunaan dari penggabungan tiga simbol matematika tersebut yaitu: +penghasil+”minyak bumi”+”Asia Tenggara”-Indonesia. Jika perintah ini dilakukan, maka akan menghasilkan informasi tentang negara penghasil minyak bumi di Asia Tenggara selain Indonesia.

b. Menggunakan Simbol Boolean

1) Menggunakan Kata OR

Simbol dengan kata OR mengandung pengertian “atau”. Jika seseorang melakukan pencarian dengan *search engine key* kepulauan OR nusantara, maka *search engine* akan mencari seluruh dokumen yang mengandung kata kepulauan, atau nusantara, atau mengandung kedua kata tersebut.

2) Menggunakan Kata AND

Simbol dengan kata AND memiliki fungsi yang kurang lebih sama dengan tanda plus pada simbol matematika. Contoh penggunaan simbol ini yaitu: ilmu AND pengetahuan AND alam. *Search engine* yang menerima masukan seperti itu akan mencari seluruh dokumen di internet yang memuat tiga buah kata yaitu ilmu, pengetahuan, dan alam didalamnya.

3) Menggunakan Kata NOT

Simbol dengan kata NOT memiliki fungsi yang kurang lebih sama dengan tanda minus pada simbol matematika yaitu bermakna “kecuali”. Jika seorang siswa ingin mencari seluruh dokumen yang berhubungan dengan informasi populasi di Pulau Sumatera tetapi tidak ingin mengikutsertakan kota Padang, maka ia dapat menggunakan perintah: populasi AND pulau AND Sumatera NOT Padang.

4) Menggunakan Kata NEAR

Simbol dengan kata NEAR merupakan metode simbol Boolean yang tidak ditemukan dalam simbol Matematika. Fungsi perintah ini cukup

unik, penggunaan simbol tersebut yaitu sekolah NEAR Medan. Perintah tersebut akan menginstruksikan *search engine* untuk mencari dokumen yang mengandung kata sekolah dan Medan, dimana jarak (jumlah kata di antara kedua kata tersebut) berdekatan. Dengan kata lain, *search engine* akan mencari dokumen yang memuat kalimat seperti sebuah sekolah di Medan berhasil mendapatkan juara MTQ, atau seorang siswa di Medan ditemukan sedang tawuran. Karena jarak kata sekolah dan Medan pada kalimat-kalimat tersebut relatif berdekatan. Kriteria berdekatan untuk masing-masing *search engine* biasanya berbeda.

5) Menggunakan Sepasang Tanda Kurung ()

Simbol sepasang tanda kurung ini berfungsi untuk melakukan isolasi terhadap sebuah perhitungan yang didahulukan. Contohnya yaitu: pahlawan AND (diponegoro OR surapati). Jika ini dilakukan maka *search engine* terlebih dahulu mencari dokumen yang mengandung kata Diponegoro atau Surapati atau keduanya, dan hasil temuan tersebut harus pula mengandung kata pahlawan.

5. Manfaat *Search Engine* Bagi Siswa

Penggunaan *search engine* jika digunakan dengan baik oleh siswa maka akan dapat memberikan banyak mafaat sebagai alat penunjang proses pendidikan diantaranya dapat digunakan¹²²:

- a. Mencari hasil riset dan penelitian.
- b. Mencari sekolah-sekolah kejuruan.
- c. Mencari hasil karya seni seperti lukisan dan patung.
- d. Mencari buku-buku yang diterbitkan.
- e. Mencari perpustakaan *online*.
- f. Mencari dana studi dan beasiswa. Jadi jika seorang siswa ingin melanjutkan studi tetapi tidak memiliki biaya maka *search engine* dapat digunakan untuk mencari informasi tentang beasiswa yang dibutuhkan.
- g. Mencari materi-materi pelajaran.
- h. Mencari gambar, audio, dan video simulasi.

¹²² Richardus Eko Indrajit, dkk, *Pemanfaatan ...*, h. 64-91.

- i. Mencari *software* gratis untuk belajar
- j. Mencari kesempatan magang dan praktek kerja.
- k. Mencari komunitas spesifik misalnya mencari komunitas spesialis bidang ilmu biologi, komunitas spesialis bidang ilmu kesehatan, dan lain sebagainya.
- l. Mencari ragam program dan even pendidikan, misalnya seperti olimpiade sains, olimpiade matematika, olimpiade fisika, dan lain sebagainya.
- m. Mencari bank soal berupa contoh-contoh soal yang digunakan pada ujian tahun-tahun sebelumnya.
- n. Mencari buku referensi elektronik. Hal ini dapat digunakan jika seorang siswa sulit mencari referensi atau buku-buku yang sudah dicetak maka dengan *search engine* ini, maka buku-buku yang berbentuk *softcopy* dari internet dapat membantu sebagai salah satu bahan rujukan.
- o. Mencari suatu definisi atau istilah. Hal ini dapat digunakan jika seorang siswa ketika belajar mendengar istilah yang sulit dipahami.
- p. Mencari alamat institusi pendidikan. Ini dapat digunakan jika seseorang ingin sekolah di luar kota atau luar negeri. Sebelum mendaftar seseorang dapat mengetahui nama sekolah dan alamat yang akan dituju.
- q. Mencari alamat kontak pakar. Seorang siswa jika menemukan kesulitan dalam pelajaran dapat menghubungi pakar dan berkonsultasi dengannya.
- r. Mencari portal pendidikan yang berisi tentang informasi yang berhubungan dengan metode pendidikan, alat bantu pendidikan, beasiswa, dan seluruh informasi lain yang berkaitan dengan pendidikan.
- s. Mencari daftar milis pendidikan. Milis adalah sekelompok pengguna internet yang saling berhubungan secara massal dengan menggunakan email. Dengan mengikuti milis seorang siswa atau guru dapat memperoleh informasi yang baru dari komunitas yang tergabung di milisnya.

6. Determinisme Teknologi

Teori determinisme teknologi adalah salah satu teori yang masuk dalam ruang lingkup pendekatan untuk melihat efek media kepada masyarakat. Teori ini

membahas membahas ciri-ciri tetap dari saluran komunikasi dan bagaimana ciri-ciri ini dibedakan secara psikologis dan sosiologis dari media lain. Teori ini juga mengkaji hubungan antara indera manusia yang diperlukan untuk menggunakan medium itu sendiri. Seseorang tidak merasakan dunia secara langsung, tetapi melalui media komunikasi yang berbeda-beda. Namun penekanan efek yang dimaksud bukan pada konten media melainkan pada sifat dan struktur media dan bagaimana semua mengubah pemikiran dan organisasi sosial.¹²³

Manusia dalam setiap gerak kehidupannya dikelilingi teknologi dan menggunakan teknologi. Pengaruh teknologi yang berdampak pada kehidupan manusia ini akhirnya menarik perhatian seorang pemikir kebangsaan Kanada, Marshal McLuhan melalui bukunya *Understanding Media*. Menurut McLuhan, teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat sebab masyarakat sudah sangat tergantung kepada teknologi, dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi.¹²⁴

Secara etimologi, kata determinisme berasal dari kata *determinare* (Bahasa Latin) yang secara sederhana diartikan dengan menentukan atau menetapkan batas/membatasi. Jika diartikan secara luas berarti ada faktor lain yang membatasi. Apabila dikaitkan dengan manusia, berarti ada faktor lain di luar mereka yang menentukan keadaan hidup dan perilaku (fisik, geografis, psikologis, ekonomis, politis, dan lain-lain). Kemudian jika dikaitkan dengan teknologi, maka dapat dikatakan bahwa itu menjadi sebab atau penentu setiap kejadian yang dialami manusia.¹²⁵ Singkatnya determinisme teknologi adalah suatu paham bahwa teknologi bersifat menentukan atau memberikan pengaruh dalam membentuk kehidupan manusia.

Pemikiran McLuhan sering juga dinamakan teori mengenai ekologi media yang didefinisikan sebagai “*the study of media environments, the idea that technology and techniques, modes of information and codes of communication play a leading role in human affairs*”. Yang maksudnya yaitu studi mengenai

¹²³ Stepen W Littlejohn & Karen A Foss, *Encyclopedia of Communication Theory* (New York: Sage Publication, Inc, 2016), h. 774.

¹²⁴ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Cet. 2 (Jakarta: Kencana, 2014), h. 486.

¹²⁵ Nurudin, *Perkembangan Teknologi...*, h. 8-9.

lingkungan media, gagasan bahwa teknologi dan teknik, mode informasi dan kode komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia.¹²⁶

Denis McQuail menjelaskan bahwa ahli teori pertama yang penting dalam teori determinisme teknologi ini adalah ahli sejarah ekonomi dari Kanada, Harold Adams Innis yang menemukan “*Mazhab Toronto*” (*Toronto School*) mengenai pemikiran media pasca perang dunia ke II. Innis memberikan karakteristik dari penerus budaya massa lalu kepada model komunikasi yang dominan, masing-masing memiliki bias dalam kaitannya dengan bentuk masyarakat. Contohnya perubahan dari batu ke lembaran papyrus yang menyebabkan perubahan kekuatan dari kerajaan kepada pemuka agama.¹²⁷

McLuhan dalam mengemukakan gagasannya banyak dipengaruhi oleh mentor atau pembimbinya yaitu Harold Adam Innis yang mengajarkan bahwa media adalah esensi peradaban dan bahwasannya sejarah diarahkan oleh media yang mendominasi pada setiap zamannya. Bagi McLuhan dan Innis, media adalah kepanjangan atau ekstensi dari pikiran manusia, dengan demikian media memegang peran dominan dalam mempengaruhi tahapan atau periodisasi sejarah.¹²⁸

Marshall McLuhan seorang tokoh terkemuka dalam penelitian budaya populer pada tahun 1960-an, mengembangkan teori ini dan menawarkan pandangan baru ke dalam konsekuensi dari munculnya media cetak walaupun tujuan utamanya adalah menjelaskan signifikansi media elektronik bagi pengalaman manusia tidak begitu tercapai.¹²⁹

Walaupun rincian teori McLuhan sering kali ditolak dalam teori media yang umum, tesisnya telah menerima penerimaan secara luas yaitu bahwa media terpisah dari apa pun isi yang disampaikan pasti akan mempengaruhi individu ataupun masyarakat. Misalnya Televisi mempengaruhi seseorang terlepas dari apa yang dia tonton. Internet akan mempengaruhi seseorang terlepas dari situs apa

¹²⁶ Morissan, *Teori Komunikasi...*, h. 487.

¹²⁷ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Buku I Edisi 6*, Terj. Putri Iva Izzati (Jakarta: Salemba, 2012), h. 112.

¹²⁸ Morissan, *Teori Komunikasi...*, h. 488.

¹²⁹ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi...*, h. 112.

sedang dia kunjungi. Media pribadi (misalnya *smartphone*) akan mengubah masyarakat terlepas dari konten yang dibuat oleh penggunanya.¹³⁰

Marshall McLuhan berpikir bahwa budaya manusia dibentuk oleh bagaimana cara manusia berkomunikasi. Paling tidak ada 3 tahapan kerangka pemikiran teori determinisme teknologi ini yaitu : *Pertama*, penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. *Kedua*, perubahan dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. *Ketiga*, manusia membentuk peralatan untuk berkomunikasi, akan tetapi peralatan tersebut akhirnya justru membentuk atau mempengaruhi kehidupan manusia sendiri.¹³¹

Merrit Roe Smith mengatakan determinisme teknologi berasal dari asumsi bahwa teknologi adalah kekuatan kunci dalam mengatur masyarakat. Dalam paham ini struktur sosial dianggap sebagai kondisi yang terbentuk oleh materialitas teknologi. Sedangkan Andrew Feenberg menyatakan bahwa ada dua premis dalam determinisme teknologi yang bermasalah yaitu *Pertama*, teknologi berkembang secara unlinier dari konfigurasi sederhana ke arah yang lebih kompleks. *Kedua*, masyarakat harus tunduk pada perubahan-perubahan yang terjadi dalam dunia teknologi.¹³²

Untuk menjelaskan idenya, McLuhan meneliti sejarah perkembangan manusia sebagai masyarakat dengan mengidentifikasi teknologi media yang memiliki peran penting dan mendominasi kehidupan manusia pada waktu tertentu dan membaginya ke dalam empat era atau periode utama media yaitu: era kesukuan (*tribal*), era tulisan (*literate*), era cetak (*print*), dan era elektronik.¹³³

Aplikasi teori determinisme teknologi terus berkembang dan menjadi kajian dalam bentuk penelitian dan menguji kembali teori ini. Berikut beberapa hasil penelitian yang menggunakan teori determinisme teknologi yaitu:

- a. Asep Saefudin, 2008: "*Perkembangan Teknologi Komunikasi: Perspektif Komunikasi Peradaban.*" Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi dalam perspektif komunikasi peradaban memiliki posisi yang sangat strategis dalam mendorong

¹³⁰ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori ...*, h. 410.

¹³¹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Press, 2009), h. 185.

¹³² Ujang Saefullah, *Kapita ...*, h. 28.

¹³³ Morissan, *Teori Komunikasi...*, h. 488.

teknologi di bidang lainnya yang menyebabkan terjadinya perubahan sosial. Unsur yang sangat berperan dalam mewujudkan perubahan sosial adalah media menurut kajian McLuhan, sehingga dinyatakan bahwa media merupakan inti dari peradaban manusia. Implikasi teknologi komunikasi yang direpresentasikan oleh media dapat mewujudkan timbulnya masyarakat berpengetahuan (*knowledge society*). Terlebih dengan perkembangan teknologi informasi abad 21 membuat kehidupan manusia yang menjadi menglobal.¹³⁴

- b. Siti Meisyaroh, 2013 : “*Determinisme Teknologi Masyarakat Dalam Media Sosial*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran media sosial mengubah cara berkomunikasi dan budaya masyarakat menjadi lebih transparan, inovatif, dan kreatif. Determinisme teknologi dan media sosial saling berkaitan satu sama lain dan mempengaruhi masyarakat dalam kehidupannya.¹³⁵
- c. Ihsan Turkal, 2015 : “*Peran Penggunaan Media Sosial pada Pendekatan Globalisasi: Kasus Fakultas Komunikasi Universitas Gümüşhane*”. Hasil penelitian menjelaskan bahwa peran penggunaan media sosial yang tersebar luas di kalangan masyarakat dalam beberapa dekade terakhir yaitu cara komunikasi mahasiswa dan pendekatan mahasiswa mengenai konsep globalisasi sesuai dengan determinisme teknologi.¹³⁶
- d. Sigit Surahman, 2016 : “*Determinisme Teknologi Komunikasi Dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa determinisme teknologi menimbulkan pengaruh yang negatif bagi kebudayaan bangsa Indonesia. Norma-norma yang terkandung dalam kebudayaan bangsa Indonesia perlahan-lahan mulai pudar. Gencarnya serbuan teknologi disertai nilai-nilai intrinsik yang

¹³⁴ Asep Saefudin, *Perkembangan Teknologi Komunikasi: Perspektif Komunikasi Peradaban*, dalam Jurnal Mediator Vol. 9 No. 2 Desember 2008.

¹³⁵ Siti Meisyaroh, *Determinisme Teknologi Masyarakat Dalam Media Sosial*, dalam Jurnal Komunikasi dan Bisnis, Vol. I No. 1 Mei 2013.

¹³⁶ Ihsan Turkal, *The Role Of Social Media Usage On Approaches Concerning Globalisation: An Example Of Gümüşhane University Faculty Of Communication*, dalam Jurnal Mavi Atlas (Turkey). Vol. Edisi 5, Halaman 78- 102, 2015.

diberlakukan di dalamnya telah menimbulkan isu mengenai globalisasi dan pada akhirnya menimbulkan nilai baru tentang kesatuan dunia.¹³⁷

Dari beberapa aplikasi teori dalam bentuk penelitian diatas, dapat dijelaskan bahwa teknologi mempengaruhi masyarakat dalam kehidupannya. Peneliti meyakini bahwa masih banyak lagi hasil penelitian yang menggunakan teori determinisme teknologi ini. Teori ini terbukti terus berkembang dari waktu ke waktu dan memenuhi janjinya menciptakan masyarakat informasi pada saat ini yang ditandai dengan terpaan internet di segala aspek kehidupan manusia terutama di dunia pendidikan yang salah satu penggunaanya banyak digunakan dikalangan siswa.

Oleh sebab itu, teori determinisme teknologi ini akan digunakan untuk melihat bagaimana penggunaan teknologi berpengaruh terhadap akhlak para siswa-siswi di Kecamatan Pancur Batu. Penggunaan teori ini dinilai tepat karena banyaknya informasi yang mereka terima dikalangan siswa namun mereka tidak mengerti informasi tersebut dan jika bertanya kepada orang lain dia merasa sungkan yang pada akhirnya mereka terpaksa mencari sendiri maksud dari informasi tersebut dengan menggunakan *search engine*.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Secara signifikan peneliti melihat ada beberapa hasil penelitian terdahulu yang dianggap relevan mengkaji tentang akhlak siswa dengan beberapa faktor penyebabnya. Namun secara khusus belum ada yang sama dengan rencana penelitian yang akan peneliti lakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

Penelitian Disertasi yang berjudul: “*Pengaruh Komunikasi Keluarga, Guru Pendidikan Agama Islam Dan Teman Sebaya Terhadap Etika Komunikasi Islam Siswa Sekolah Menengah Pertama Di Kota Medan*”, oleh Yan Hendra tahun 2017. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel melalui pengujian hipotesis. Populasi penelitian adalah siswa sekolah menengah pertama umum di kota Medan. Sampel sekolah diambil secara

¹³⁷ Sigit Surahman, *Determinisme Teknologi Komunikasi Dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia*, dalam Jurnal Rekam, Vol. 12 No. 1 - April 2016.

purposive pada enam sekolah berdasarkan letak geografis wilayah kota Medan. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Taro Yamane. Dari populasi yang berjumlah 1104 siswa pada enam sekolah diperoleh sampel sebanyak 294 siswa kelas IX beragama Islam pada enam sekolah tersebut. Data penelitian diperoleh dengan menggunakan angket. Analisis data menggunakan uji statistik regresi yang diolah menggunakan program SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi keluarga, komunikasi guru pendidikan agama Islam dan komunikasi teman sebaya secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama mempengaruhi etika komunikasi Islam siswa. Diantara ketiga faktor tersebut, komunikasi keluarga memiliki kontribusi yang lebih besar (0,398%) dari komunikasi guru pendidikan agama Islam (0,302%) dan komunikasi teman sebaya (0,218,%) dalam mempengaruhi etika komunikasi Islam Siswa. Pengaruh ketiga variabel bebas secara bersama-sama terhadap etika komunikasi Islam siswa adalah sebesar (50,9%), sisanya sebesar 49,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Luthfatul Amaliya dan Khasan Setiaji dalam jurnal *Economic Education Analysis*, dengan judul "*Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang)*", Universitas Negeri Semarang, 2017. Populasi penelitian ini dilakukan semua siswa kelas dua di tahun akademik 2016/2017 di SMA N 1 Semarang yaitu 511 siswa, dengan sampel 84 siswa. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dan menggunakan questionnaires untuk mengumpulkan data. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah persamaan regresi $Y = 0,810 + 0,318X_1 + 0,392X_2 + 0,577X_3$. Pemanfaatan instagram media sosial, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua secara simultan mempengaruhi perilaku konsumtif siswa dengan kontribusi sebesar 52,9%. Secara parsial, pemanfaatan instagram media sosial memberikan kontribusi 11,28% dan teman sebaya mempengaruhi 16,48%, Namun status sosial ekonomi orang tua siswa mempengaruhi 16% pada perilaku konsumtif siswa. Berdasarkan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial instagram, teman

sebayu dan status sosial ekonomi orang tua secara simultan mempengaruhi perilaku konsumtif siswa kelas dua. siswa SMA N 1 Semarang pada tahun akademik 2016/2017.

Penelitian Tesis, "*Pengaruh Search Engine Optimization, Media Sosial, dan Iklan Berbasis Internet terhadap Keputusan Pembelian Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra Langsa*", oleh Ziaul Maula, tahun 2017, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Ilmu Manajemen Universitas Sumatera Utara Medan. Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial *Search engine optimization*, media sosial, dan iklan berbasis internet dalam mempengaruhi keputusan pembelian secara online, 2) Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan *Search engine optimization*, media sosial, dan iklan berbasis internet dalam mempengaruhi keputusan pembelian secara online. Jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif, dan sifat penelitian adalah deskriptif explanatory. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra yang pernah melakukan pembelian secara *online*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, daftar pertanyaan, dan studi dokumentasi. Metode analisis data dilakukan dengan metode analisis linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Search engine optimization*, media sosial, dan iklan berbasis internet secara parsial berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian secara online. 2) *Search engine optimization*, media sosial, dan iklan berbasis internet secara serempak berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian secara *online*.

Penelitian tesis oleh Adinda Febrianti dengan judul "*Pengaruh Penggunaan Web Google Terhadap Tingkat Kepuasan Memperoleh Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa*", 2012. Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Yogyakarta. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh penggunaan *google* terhadap tingkat kepuasan memperoleh kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Komunikasi UPN 2009. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode yang digunakan yaitu metode survei yang mengambil sampel 82 responden dari 428 mahasiswa

Komunikasi UPN Yogyakarta angkatan 2009. Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis korelasi product moment dan Regresi Linear Sederhana dengan program SPSS V.13.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan *google* terhadap tingkat kepuasan memperoleh informasi pada mahasiswa Komunikasi UPN Yogyakarta sebesar -0,661 atau - 66,1%. Selain itu berdasarkan hasil analisis regresi menyebutkan bahwa hipotesis dapat diterima karena nilai r signifikan $p > 0,05$ ($0,000 > 0,05$), artinya terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara penggunaan *google* terhadap tingkat kepuasan memperoleh kebutuhan informasi pada mahasiswa Komunikasi UPN Yogyakarta. Dengan nilai t hitung sebesar 12,696 maka ada pengaruh antara penggunaan *google* terhadap tingkat kebuasan memperoleh kebutuhan informasi pada mahasiswa, sehingga semakin tinggi penggunaan *google*, semakin rendah tingkat kepuasan memperoleh kebutuhan informasi pada mahasiswa. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,437 menunjukkan bahwa menurunnya variabel tingkat kepuasan memperoleh kebutuhan informasi dipengaruhi oleh meningkatnya variabel penggunaan *google* sebesar 43,7% dan sisanya 56,3% dipengaruhi oleh faktor lain, misalnya: penggunaan media lain, hubungan sosial, dan peran orang tua.

Berikutnya dalam Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, oleh Ilham Prisgunanto dengan judul: "*Pengaruh Sosial Media Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Siswa*", tahun 2015. Penelitian tersebut bertujuan mengetahui pengaruh sosial media Facebook terhadap tingkat kepercayaan bergaul siswa-siswi sekolah menengah atas di Jakarta. Teori yang digunakan adalah efek komunikasi, sosialisasi dan *Looking Glass Self* model Charles Horton Cooley. Teori utama yang digunakan adalah pemahaman Boyd, Danah M, Ellison, Nicole tentang sosial media digital. Penelitian menggunakan model survei kuantitatif berjenis pengaruh asosiatif dengan metode survei dan diadakan di sebuah sekolah menengah atas di Jakarta yang berjumlah 125 orang siswa-siswi kelas VIII. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa tidak ada pengaruh sosial media terhadap tingkat kepercayaan siswa-siswi sekolah dalam bergaul. Para siswasiswi sekolah menggunakan sosial media hanya untuk keperluan mengisi waktu luang

saja. Dengan demikian tidak perlu ada ketakutan berlebihan bagi semua pihak ketika siswa-siswi menggunakan sosial media dalam pergaulan sehari-hari.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Kebanyakan penelitian terdahulu hanya terfokus membahas tentang faktor-faktor penyebab dari penggunaan media saja. Pada penelitian ini peneliti akan mencari dua faktor pengaruh yaitu faktor pengaruh dari penggunaan media yaitu variabel media sosial dan *search engine* dan satu lagi faktor yang bukan berasal dari penggunaan media yaitu komunikasi kelompok teman sebaya.

F. Kerangka Berpikir

1. Pengaruh Langsung Komunikasi Kelompok Terhadap Akhlak Siswa

Komunikasi kelompok yang dimaksud adalah komunikasi kelompok teman sebaya yang berlangsung dalam suatu kelompok sosial yang memiliki persamaan pada usia, status sosial, kegemaran, dan kebutuhan psikologis yang menjadikan seseorang ketika berkomunikasi dalam kelompok tersebut menjadi lebih nyaman dibandingkan mereka melakukan komunikasi dengan gurunya sendiri bahkan orang tuanya sendiri ketika dalam lingkungan keluarga.

Ketika seorang siswa aktif melakukan komunikasi kelompok dengan teman sebayanya maka dengan sendirinya akan terbentuk hubungan psikologi, interaksi, dan dorongan-dorongan untuk melakukan aktifitas seperti merokok bersama, balapan di jalan raya, pacaran, atau kegiatan lainnya. Bahkan jika seorang siswa yang awalnya memiliki akhlak yang baik, kemudian setelah mereka bergabung dalam komunitas kelompok sebaya, maka lambat laun dia akan terpengaruh dengan kelompok sebaya tersebut.

Jika aktivitas komunikasi kelompok teman sebaya tersebut sudah menjadi hal yang biasa bagi mereka maka tidak mustahil jika terjadinya penyimpangan dan kemerosotan akhlak pada siswa. Semakin sering melakukan komunikasi kelompok antar teman sebaya maka akan semakin besar penyimpangan dan kemerosotan akhlak yang akan terjadi.

Dari beberapa uraian dan penjelasan diatas maka dapat dikatakan bahwa akhlak siswa secara langsung dapat dipengaruhi oleh komunikasi kelompok teman sebaya.

2. Pengaruh Langsung Komunikasi Kelompok Terhadap Penggunaan *Search Engine*

Ketika melakukan aktifitas komunikasi siswa dalam kelompok teman sebaya tentunya mereka akan melihat, mendengar dan saling bertukar informasi dari komunikasi yang mereka lakukan tersebut. Informasi yang mereka dapatkan tersebut akan memunculkan masalah karena ada beberapa informasi yang tidak mereka pahami. Akhirnya mereka akan berpikir untuk mencari solusi agar informasi yang tidak mereka pahami dapat terjawab.

Mengingat akses internet sekarang begitu mudah mendapatkannya, akhirnya mereka akan mencari informasi yang tidak mereka pahami dengan menggunakan *search engine* atau mesin pencari seperti *google*. Dalam pencarian informasi dengan menggunakan *search engine* tersebut, mereka akan membuka suatu situs. Setelah situs tersebut terbuka maka selain mereka mendapatkan informasi yang mereka butuhkan, dalam penggunaannya situs tersebut terdapat *link* yang menyediakan banyak informasi tambahan yang salah satunya adalah informasi negatif seperti informasi kekerasan, perkelahian, tawuran, pemerkosaan atau informasi negatif lainnya.

Dari beberapa uraian dan penjelasan diatas maka dapat dikatakan bahwa penggunaan *search engine* secara langsung dapat dipengaruhi oleh komunikasi kelompok teman sebaya.

3. Pengaruh Langsung Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlak Siswa

Media sosial adalah suatu media berbasis teknologi internet yang digunakan sekelompok orang untuk melakukan komunikasi, bertukar informasi, berbagi foto maupun video. Dalam melakukan interaksinya tersebut mereka lakukan bukan hanya dengan orang-orang yang mereka kenal saja tetapi dilakukan juga dengan orang yang belum kenal sama sekali.

Perkembangan teknologi yang begitu cepat, mau tidak mau para siswa harus mengikuti perkembangan teknologi tersebut. Mereka dipaksa untuk menggunakan *smartphone* dan menggunakan media sosial sebagai salah satu media untuk melakukan interaksi jarak jauh di antara para siswa. Dalam

penggunaan media sosial tersebut banyak siswa yang tidak menggunakannya dengan baik bahkan banyak diantara mereka menggunakan media sosial untuk mengirimkan informasi-informasi yang belum layak konsumsi dan tentunya juga bertentangan dengan ajaran agama Islam. Selain itu banyak para siswa menghabiskan waktu mereka hanya untuk mengomentari tentang suatu unggahan yang telah dikirim dari salah satu teman mereka di media sosial.

Jika penggunaan media sosial ini terus menerus mereka lakukan sebagai alat komunikasi sehari-hari mereka maka akan berpengaruh langsung kepada akhlak siswa. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial yang dilakukan siswa maka akan semakin berpengaruh kepada akhlak siswa.

4. Pengaruh Langsung Penggunaan Media Sosial Terhadap Penggunaan *Search Engine*

Salah satu tujuan siswa menggunakan media sosial adalah untuk memenuhi keinginan siswa mencari hiburan mulai dari *chatting* atau bercakap-cakap dengan temannya, melihat foto, melihat video, mendengarkan musik sampai menonton film.

Ketika mereka menemukan informasi yang tidak dipahami dari penggunaan media sosial tersebut, maka mau tidak mau atau dengan terpaksa mereka akan menggunakan *search engine* sebagai salah satu solusi yang cepat, efektif dan efisien.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dikatakan bahwa penggunaan *search engine* secara langsung dapat dipengaruhi oleh penggunaan media sosial siswa.

5. Pengaruh Langsung Penggunaan *Search Engine* Terhadap Akhlak Siswa

Search engine adalah suatu program mesin pencari yang digunakan seseorang untuk mencari berbagai jenis informasi yang dibutuhkannya seperti informasi pendidikan, olahraga, hiburan, bisnis, atau informasi lainnya yang dalam penggunaannya menggunakan koneksi internet.

Seorang siswa ketika mereka mendapatkan sebuah informasi dari guru, orang tua, atau dari teman mereka kemudian mereka belum mengerti maksud informasi tersebut, maka mereka akan berselancar di internet dan membuka salah satu situs *search engine* untuk mencari apa maksud informasi yang tidak dipahaminya. Karena begitu banyaknya informasi yang tersedia dari internet tersebut yang mereka lakukan melalui *search engine*, membuat mereka akan terus menerus melakukan *searching*.

Siswa yang belum memiliki filter yang baik dan memiliki rasa ingin tau yang kuat, terkadang ketika mereka mendapatkan informasi yang berbau pornografi atau berbau kekerasan maka tanpa berpikir panjang mereka akan mencari tau informasi tersebut melalui salah satu mesin pencari atau *search engine*.

Dari penjelasan diatas maka dapat dikatakan bahwa akhlak siswa secara langsung dapat dipengaruhi oleh penggunaan *search engine*.

6. Pengaruh Tidak Langsung Komunikasi Kelompok Melalui Penggunaan *Search Engine* Terhadap Akhlak Siswa

Keterkaitan antara komunikasi kelompok teman sebaya dengan akhlak siswa dapat ditinjau melalui variabel perantara (*intermediate variable*) yakni penggunaan *search engine*. Salah satu faktor terjadinya kemerosotan akhlak siswa dapat dilihat dari komunikasi kelompok teman sebaya dan penggunaan *search engine*.

Salah satu tujuan komunikasi kelompok teman sebaya adalah untuk mencari informasi yang tidak mereka dapatkan di luar sekolah dan keluarganya. Ketika siswa mendapatkan informasi dari teman sebaya tersebut kadang ada informasi yang mereka tidak mengerti apa maksud dari informasi tersebut terlebih informasi yang memiliki konten-konten negatif misalnya merokok, pacaran dan pornografi. Untuk menanyakan informasi tersebut mereka malu atau tidak berani menanyakannya kepada guru atau orang tua.

Jalan keluarnya adalah mereka menggunakan teknologi *search engine* seperti *google* untuk mencari jawaban dari informasi yang tidak mereka ketahui tersebut. Ketika menggunakan *search engine* ini, siswa merasa bahwa *search*

engine ini alat canggih karena menyediakan informasi apa saja dan semua ada jawabannya.

Dari komunikasi kelompok teman sebaya kemudian melalui penggunaan *search engine* ini maka siswa mencari informasi-informasi lainnya, maka terjadilah salah penggunaan fungsi dari *search engine* ini. *Search engine* yang seharusnya digunakan untuk hal-hal yang positif akan tetapi mereka gunakan untuk hal-hal yang negatif yang pada akhirnya berpengaruh terhadap akhlak siswa.

Berdasarkan uraian dan penjelasan di atas maka dapat dikatakan bahwa akhlak siswa secara tidak langsung dipengaruhi oleh komunikasi kelompok teman sebaya melalui penggunaan *search engine* yang dilakukan siswa.

7. Pengaruh Tidak Langsung Penggunaan Media Sosial Melalui Penggunaan *Search Engine* Terhadap Akhlak Siswa

Hubungan antara media sosial dengan akhlak siswa dapat juga ditinjau melalui variabel perantara (*intermediate variable*) yakni penggunaan *search engine*.

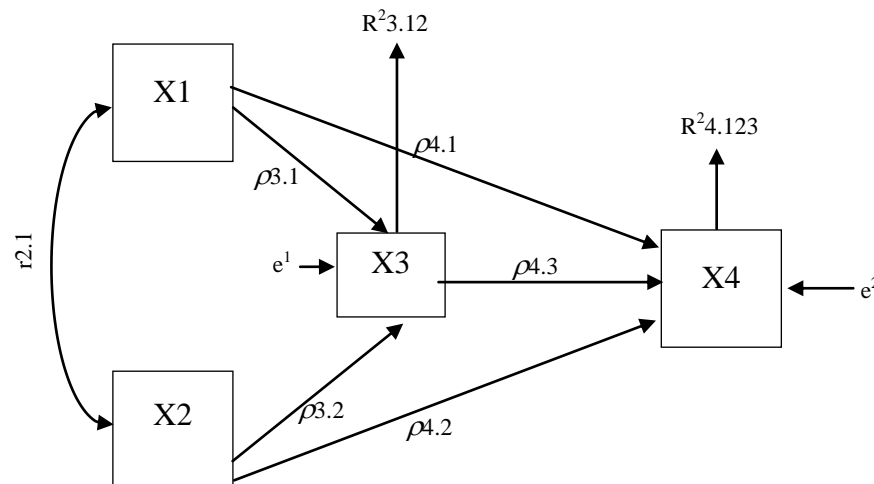
Diantara karakteristik dari media sosial adalah masalah informasi. Dalam media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh siswa. Karena banyaknya informasi yang terdapat di media sosial, maka ketika mereka mendapatkan informasi yang tidak mereka ketahui, mereka langsung mencari informasi melalui *search engine*.

Ketika menggunakan *search engine*, siswa merasa teknologi *search engine* ini merupakan media yang sangat canggih karena informasi apa saja yang dibutuhkan sudah tersedia jawabannya. Akhirnya mereka menggunakan *search engine* untuk mencari informasi-informasi yang dibutuhkan untuk merespon teman yang ada pada media sosial.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dikatakan bahwa akhlak siswa secara tidak langsung dipengaruhi oleh penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* yang dilakukan siswa.

G. Paradigma Penelitian

Penelitian ini beranjak dari asumsi adanya pengaruh dari komunikasi kelompok teman sebaya, media sosial, dan *search engine* dengan akhlak siswa. Hubungan dari keempat variabel di atas digambarkan sebagai berikut:



X1 (komunikasi kelompok), dan X2 (penggunaan media sosial) sebagai eksogen, selanjutnya X3 (*search engine*) sebagai variabel eksogen sekaligus juga sebagai variabel perantara, sedangkan X4 (akhlak siswa), merupakan variabel endogen.

H. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan teori-teori yang telah dikemukakan maka yang menjadi hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi kelompok secara langsung berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?
2. Komunikasi kelompok secara langsung berpengaruh terhadap penggunaan *search engine* pada siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?
3. Penggunaan media sosial secara langsung berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?
4. Penggunaan media sosial secara langsung berpengaruh terhadap penggunaan *search engine* pada siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?

5. Penggunaan *search engine* secara langsung berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?
6. Komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* secara tidak langsung berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?
7. Penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* secara tidak langsung berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu?

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan bidang keilmuan, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh langsung maupun tidak langsung variabel komunikasi kelompok, penggunaan media sosial, dan *search engine* di internet terhadap variabel akhlak siswa di Kecamatan Pancur Batu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat korelasional maupun regresi linier, yaitu penelitian yang selain mencari hubungan, juga digunakan untuk memprediksi antara satu variabel dengan variabel yang lain. Selanjutnya, untuk menguji besarnya hubungan dan prediksi variabel eksogen yaitu komunikasi kelompok, penggunaan media sosial, dan *search engine* terhadap variabel endogen akhlak siswa, dilakukan pengujian statistik untuk melakukan proses generalisasi sampel ke populasi.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Beberapa alasan peneliti memilih lokasi di Kecamatan Pancur Batu diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Belum pernah dilakukan penelitian serupa terhadap masalah yang sedang peneliti teliti di Kecamatan Pancur Batu.
2. Terjadinya kemerosotan akhlak siswa-siswi Sekolah Menengah Pertama yang ada di Kecamatan Pancur Batu.

Mengingat luasnya Sekolah Menengah Pertama di Kecamatan Pancur Batu, maka dipilih 3 sekolah yang dinilai mewakili semua sekolah yang ada dengan memilih Sekolah Menengah Pertama Negeri, yaitu Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pancur Batu, Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Pancur Batu, dan Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Pancur Batu yang merupakan sekolah dengan mayoritas siswa beragama Islam dan memiliki populasi yang besar.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Dengan kata lain populasi adalah keseluruhan unit yang dilengkapi dengan ciri-ciri permasalahan yang diteliti.¹³⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri Kecamatan Pancur Batu yaitu Sekolah Menengah Pertama Negeri 1, Sekolah Menengah Pertama Negeri 2, Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 dan Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Pancur Batu. Akan tetapi karena yang dijadikan populasi adalah berdasarkan klaster sekolah yang siswanya mayoritas beragama Islam, sedangkan Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 mayoritas beragama Nasrani, maka yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah tiga Sekolah Menengah Pertama Negeri yaitu Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pancur Batu Desa Baru, Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Pancur Batu Desa Bintang, dan Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Pancur Batu Desa Gunung Tinggi. Jumlah siswa Sekolah Menengah Pertama beragama Islam yang menjadi populasi sebanyak 1.207 siswa.¹³⁹ Distribusi populasi penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.1: Distribusi Populasi Penelitian

No	Nama SMP	Populasi	%
1	SMP Negeri 1 Pancur Batu	454	37.61
2	SMP Negeri 2 Pancur Batu	276	22.87
3	SMP Negeri 3 Pancur Batu	477	39.52
Jumlah		1.207	100 %

¹³⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1983), h. 102.

¹³⁹ Jumlah data siswa sumber dari <http://sekolah.data.kemdikbud.go.id>, yang peneliti ambil dan olah dari data verifikasi tahun 2017/2018

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.¹⁴⁰ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*, yaitu teknik yang digunakan bila populasi memiliki anggota yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.¹⁴¹

Selanjutnya, untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin¹⁴² dengan *error margin* 5% dan taraf kepercayaan 95%. Adapun penentuan sampel dengan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.207}{1 + (1.207)0.05^2}$$

$$n = \frac{1.207}{1 + (1.207)0.0025}$$

$$n = \frac{1.207}{1 + 3.075}$$

$$n = \frac{1.207}{4.075} = 300.4356$$

$$n = 300 \text{ (dibulatkan)}$$

Untuk menentukan jumlah sampel tiap-tiap sekolah digunakan metode alokasi proporsional sebagai berikut¹⁴³ :

$$SS = \frac{O_{ij}}{N} \times \Sigma n$$

Dimana:

SS = Sub Sampel

O_{ij} = Sub Populasi

N = Jumlah Populasi

Σn = Jumlah Sampel

¹⁴⁰ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi* (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), h. 336.

¹⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. 17 (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 82.

¹⁴² Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Cet. 7. (Jakarta: Kencana, 2014), h. 164.

¹⁴³ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia, 1999), h. 363

Jumlah sampel pada masing-masing sekolah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2: Penentuan Sampel Penelitian

No	Nama SMP	Populasi	Metode Alokasi Proposional (SS)	Sampel
1	SMP Negeri 1 Pancur Batu	454	$\frac{454}{1.207} \times 300 = 112.84$	113
2	SMP Negeri 2 Pancur Batu	276	$\frac{276}{1.207} < 300$ $= 68.60$	69
3	SMP Negeri 3 Pancur Batu	477	$\frac{477}{1.207} \times 300 = 118.56$	118
Jumlah		1.207	300	300

Selanjutnya untuk menentukan siswa sebagai anggota sampel yang terpilih sebagai responden yang akan mengisi angket maka dilakukan secara acak dengan mengambil siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri yang beragama Islam dan berusia antara 11 sampai 16 tahun.

D. Variabel dan Definisi Operasional

Variabel penelitian terdiri atas empat variabel yaitu satu variabel endogen atau variabel yang dipengaruhi, dan tiga variabel eksogen atau variabel yang mempengaruhi. Variabel-variabel eksogen tersebut menentukan nilai variabel endogen. Adapun penjelasan dari masing-masing variabel tersebut yaitu:

Variabel endogen yaitu:

1. Akhlak Siswa (X_4).

Variabel-variabel eksogen yaitu:

1. Komunikasi Kelompok (X_1).
2. Penggunaan Media Sosial (X_2).
3. Penggunaan *Search Engine* (X_3).

Diantara variabel endogen dan eksogen terdapat satu variabel perantara yaitu variabel penggunaan *search engine* (X_3). Hal ini dikarenakan variabel X_3

selain mempengaruhi nilai variabel X_4 , juga dipengaruhi oleh variabel X_1 dan X_2 .¹⁴⁴

Agar tidak terjadi persepsi yang berbeda terhadap arti dari variabel penelitian maka masing-masing variabel diberi definisi operasional. Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti.¹⁴⁵ Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Akhlak

Akhlak dalam penelitian ini adalah sifat yang dimiliki seseorang untuk mempertimbangkan apakah perbuatan yang akan dilakukannya tersebut termasuk perbuatan baik atau buruk yang dalam proses penilaiannya bukan menggunakan filsafat atau pola pikir manusia tetapi menggunakan Alquran dan Hadis Nabi sebagai tolok ukur kebenarannya.

Indikator akhlak yang akan di uji dalam penelitian ini adalah akhlak kepada Allah, akhlak kepada Rasulullah, akhlak kepada orang tua, akhlak kepada teman, dan akhlak kepada lingkungan.

2. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok dalam penelitian ini adalah komunikasi kelompok teman sebaya di mana komunikasinya berlangsung pada sekelompok siswa yang memiliki persamaan pada usia, status sosial, kegemaran, dan kebutuhan psikologis yang menjadikan seseorang ketika berkomunikasi dalam kelompok tersebut menjadi lebih nyaman dibandingkan mereka melakukan komunikasi dengan gurunya sendiri bahkan dengan orang tuanya sendiri.

Indikator komunikasi kelompok teman sebaya pada penelitian ini dapat diukur melalui kohesivitas kelompok, pemecahan masalah kelompok, dan proses pengambilan keputusan yang bersifat kompleks.

3. Media sosial

Media sosial adalah suatu media berbasis teknologi internet yang digunakan sekelompok orang untuk melakukan komunikasi, bertukar informasi, berbagi foto maupun video. Ketika seseorang menggunakan media sosial tersebut,

¹⁴⁴ Nidjo Sandjojo, *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya* (Jakarta: Sinar Harapan, 2011), h. 81.

¹⁴⁵ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999), h. 152.

ia bukan hanya bertinteraksi dengan orang-orang yang mereka kenal saja tetapi dilakukan juga dengan orang yang belum kenal sama sekali. Contoh dari media sosial adalah *Facebook, YouTube, Instagram, Tweeter, WhatsApp*, dan lain-lain.

Indikator penggunaan media sosial pada penelitian ini dapat diukur melalui efek menggunakan media sosial, konsekuensi menggunakan media sosial, dan konsekuensi dalam menggunakan media sosial.

4. Search Engine

Search engine yaitu mesin pencari informasi di internet. Mesin pencari informasi ini akan mencari informasi-informasi baik berupa berita, video, musik, atau lainnya dari situs atau *website* yang jumlah sangat banyak di internet. Contoh mesin pencari informasi ini yaitu *Google, Yahoo*, dan lain-lain.

Indikator penggunaan *search engine* pada penelitian ini dapat diukur melalui penemuan dalam teknologi komunikasi, perubahan dalam jenis komunikasi, dan peralatan untuk komunikasi.

E. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer, yaitu data utama yang diperoleh dari responden yang ditetapkan menjadi sampel penelitian. Dalam hal ini data primer adalah siswa Sekolah Menengah Pertama di Kecamatan Pancur Batu yang ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini. Adapun sumber data sekunder, yaitu data pelengkap sebagai pendukung dalam penelitian ini yang diperoleh dari Kepala Sekolah atau Guru Sekolah, Bagian Tata Usaha Sekolah, buku-buku bacaan atau referensi, jurnal-jurnal baik jurnal nasional maupun jurnal internasional dan arsip/dokumen yang mendukung penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Tujuan dilakukan teknik pengumpulan data adalah untuk mendapatkan data yang diharapkan dan berikutnya data yang diperoleh tadi diolah hasilnya untuk menguji hipotesis atau mengambil suatu kesimpulan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Angket

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti membuat laporan tentang dirinya sendiri atau hal-hal yang ia ketahui.¹⁴⁶ Sebelum angket disebarakan kepada responden, maka terlebih dahulu dilakukan uji coba terhadap angket tersebut. Uji coba angket ini dilakukan kepada 30 responden penelitian di luar sampel. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa alat ukur yang akan digunakan itu benar-benar andal untuk mengukur apa yang akan diukur.

2. Dokumentasi

Selain angket, teknik pengumpulan data lainnya dalam penelitian ini adalah dengan melakukan dokumentasi. Dokumentasi adalah alat ukur yang menggunakan dokumen-dokumen tertulis sebagai sumber datanya.¹⁴⁷ Yang menjadi studi dokumentasi pada penelitian ini yaitu dengan mencari dokumen-dokumen atau sumber-sumber lainnya yang ada kaitannya dengan pokok bahasan dalam penelitian ini.

G. Penyusunan Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini adalah kuesioner (angket), yaitu dengan menyusun daftar kuesioner dan selanjutnya disebarakan kepada responden untuk mereka jawab. Kuesioner penelitian ini menggunakan model skala Likert yang sudah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹⁴⁸ Setiap pertanyaan atau pernyataan pada skala Likert dapat dikaitkan dengan jawaban berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengankata-kata: Sangat Setuju (SS); Setuju (S); Ragu-Ragu/Netral (N); Tidak Setuju (TS); dan Sangat Tidak Setuju (STS).

¹⁴⁶Masganti Sitorus, *Metodologi Penelitian Pendidikan Agama Islam*, (Medan, IAIN Press, 2011), h. 64.

¹⁴⁷*Ibid*, h. 68.

¹⁴⁸ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian (Bandung: Alfabeta, 2011)*, h. 144.

Penggunaan skala *Likert* pada beberapa riset dapat digunakan dengan meniadakan pilihan ragu-ragu atau netral, alasannya karena ragu-ragu atau netral memiliki makna ganda yaitu berarti belum bisa memberikan jawaban, netral dan ragu-ragu. Adanya jawaban Ragu-ragu menyebabkan responden cenderung akan memilih jawaban tengah untuk mencari aman.¹⁴⁹

Berdasarkan alasan di atas maka pada penelitian ini pilihan “raguragu” ditiadakan sehingga pilihan jawaban adalah :

1. Sangat setuju
2. Setuju
3. Kurang Setuju
4. Tidak setuju

Berdasarkan penjelasan di atas, maka kuesioner skala Likert yang digunakan pada penelitian ini menggunakan alternatif jawaban sebagai berikut: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), dan Tidak Setuju (TS). Tata cara pemberian skor adalah dengan menggunakan skala dengan rentangan nilai 1 sampai 4, yaitu alternatif jawaban SS diberi bobot 4, jawaban S diberi bobot 3, KS diberi bobot 2, dan TS diberi bobot 1 jika pernyataan positif. Sebaliknya diberi bobot 1,2,3, dan 4 jika pernyataan negatif. Jika responden tidak menjawab pertanyaan atau pernyataan yang pada kuesioner maka bobot nilai diberi angka 0. Adapun kisi-kisi instrumen adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 : Kisi-Kisi Instrumen

Nama Variabel	Indikator	Uraian Deskriptor	No. Pertanyaan	Jumlah Butir
Akhlak Siswa (Variabel Endogen/ X_4)	Akhlak kepada Allah	Keikhlasan ibadah	1, 2	12
		Perbuatan menyekutukan Allah	3, 5, 6	
		Kecintaan kepada Allah	4	
		Taat dalam mengerjakan perintah Allah	7, 8	
		Mensyukuri nikmat Allah	9, 10	
		Sabar dengan takdir Allah	11	
		Bertaubat ketika berbuat dosa	12	

¹⁴⁹ Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi...*, h. 139.

	Akhlak Kepada Rasulullah	Kecintaan kepada Rasulullah Mengikuti sunnah dan ajaran Nabi Mengucapkan shalawat Nabi Melanjutkan misi dakwah Nabi	13 14, 15, 16 17	5
	Akhlak Kepada Orang Tua	Mentaati perintah orang tua Merendahkan diri dan berlemah lembut dengan orang tua Meminta izin ketika pergi Tidak mencaci maki orang tua Mendahulukan bakti orang tua daripada orang lain Mendoakan orang tua	18 19 20 21 22 23, 24	7
	Akhlak Kepada Teman	Berjumpa mengucapkan salam Memenuhi undangan Menasehati teman yang salah Menjenguk teman yang sakit Membantu teman yang susah Menutupi aib teman	25 26 27 28 29 30	6
	Akhlak Terhadap Lingkungan	Berbuat baik kepada hewan Menjaga alam dan melestarikannya	31, 32 33, 34, 35	5
Komunikasi Kelompok (variabel eksogen /X ₁)	Kohesivitas kelompok	Rasa aman melakukan komunikasi kelompok dengan teman sebaya Melakukan aktivitas bersama teman sebaya	1, 2, 3, 4 5	5
	Pemecahan masalah dalam kelompok	Penerimaan pendapat dari orang lain dalam memecahkan masalah Penerimaan ide teman sebaya dalam memecahkan masalah	6, 7 8, 9	4
	Pengambilan keputusan bersifat kompleks	Sikap siswa dalam mengambil keputusan	10, 11, 12, 13, 14, 15	6
Penggunaan Media Sosial (variabel eksogen/X ₂)	Efek	Komunikasi melalui media sosial Berbagai dan bertukar informasi melalui media sosial	16 17, 18, 19, 20	5
	Konsekuensi	Frekuensi menggunakan media sosial Kesenangan menggunakan media	21, 22	8

		sosial Keseriusan menggunakan media sosial	23, 24, 25, 26 27, 28	
	Konsefek	Etika komunikasi di media sosial Prilaku siswa ketika menggunakan media sosial	29 30, 31, 32, 33, 34, 35	7
Penggunaan <i>Search Engine</i> (variabel/ekso gen dan perantara/ X_3)	Penemuan dalam Teknologi Komunikasi	Kesenangan menggunakan <i>search engine</i> Perubahan prilaku ketika menggunakan <i>search engine</i>	36, 37, 38, 43 39, 40	6
	Perubahan dalam jenis komunikasi	Perubahan prilaku komunikasi ketika menggunakan <i>search engine</i>	41, 42, 44, 45	4
	Peralatan untuk komunikasi	Frekuensi menggunakan <i>search engine</i> Keutamaan menggunakan media <i>search engine</i>	46 47, 48, 49, 50	5

H. Uji Coba Instrumen

Sebelum digunakan untuk menjangkau data pada sampel maka dilakukan terlebih dahulu uji coba untuk mendapatkan instrumen yang sah dan hadal (*valid* dan *reliabel*). Validitas yaitu untuk mengetahui sejauhmana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang harus diukur dan reliabilitas (keterandalan) yaitu untuk mengetahui sejauhmana suatu alat pengukur mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dalam waktu dan tempat yang berbeda.

Prosedur pelaksanaan uji coba instrumen adalah: (1) penentuan responden uji coba; (2) pelaksanaan uji coba; (3) analisis uji coba. Responden uji coba diambil dari populasi di luar sampel yang telah ditentukan. Jumlah seluruh responden uji coba akan diambil secara memadai. Uji coba instrumen ini dilaksanakan terhadap 30 siswa anggota populasi tetapi tidak menjadi sampel penelitian.

Analisis data hasil uji coba dimaksudkan untuk memperoleh butir-butir instrumen yang memenuhi syarat sehingga layak dijadikan alat ukur dalam mengumpulkan data antara lain:

1. Uji Validitas Instrumen

Untuk mengetahui tingkat ketepatan instrumen yang digunakan maka dilakukan uji validitas instrumen. Pengembangan instrumen untuk mendapatkan instrumen yang sah dilaksanakan dengan menggunakan validitas isi (*content validity*), dan validitas (*construct validity*). Dalam pelaksanaannya dicari konsistensi internal dan membuang butir-butir pernyataan yang lemah, kemudian meminta pertimbangan pembimbing sehingga diperoleh butir-butir kuesioner yang baik dan memenuhi syarat.

Penyusunan kuesioner dilakukan dengan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut: (1) menghindari pertanyaan yang meragukan atau tidak jelas; (2) menghindari penggunaan kata-kata yang dapat menimbulkan rasa curiga dan antipati; (3) meniadakan penggunaan kata yang merupakan kunci atau mengarahkan ke salah satu pilihan jawaban/responden. Instrumen yang telah diuji coba diolah dan analisa dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment oleh Person pada taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5% ($\alpha = 0,005$).

Selanjutnya untuk mengetahui apakah butir instrumen itu valid atau tidak, maka dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total. Bila harga korelasi dibawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang.¹⁵⁰

a. Komunikasi Kelompok (X₁)

Tabel 3.4 : Uji Validitas Variabel Komunikasi Kelompok

No Pernyataan	r_hitung	Keterangan
Item_1	.766	Valid
Item_2	.741	Valid
Item_3	.111	Tidak Valid
Item_4	.405	Valid
Item_5	.512	Valid
Item_6	.523	Valid
Item_7	.192	Tidak Valid

¹⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, h. 126.

Item_8	.225	Tidak Valid
Item_9	.562	Valid
Item_10	.685	Valid
Item_11	-.114	Tidak Valid
Item_12	.405	Valid
Item_13	-.160	Tidak Valid
Item_14	.760	Valid
Item_15	.741	Valid

Berdasarkan data ujicoba dan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS versi 18 sebagaimana keterangan yang telah disebutkan di atas maka butir ítem yang nilai r_{hitung} nya lebih dari 0.3 dan dinyatakan valid adalah sebanyak 10 butir dan nilai r_{hitung} nya kurang dari 0.3 dan dianggap tidak valid sebanyak 5 butir. Butir yang tidak valid adalah butir instrumen nomor 3, 7, 8, 11, dan 13. Dengan adanya perubahan jumlah butir pernyataan yang valid, maka rentang skor ideal instrumen komunikasi kelompok berada di antara 10 sampai dengan 40.

Setelah mengetahui jumlah butir yang valid dan tidak valid, maka butir yang valid akan digunakan sebagai intrumen untuk penyebaran angket ke responden sedangkan butir yang tidak valid maka akan dibuang dan tidak dijadikan instrumen dalam penyebaran angket ke responden.

Walaupun hasil uji validitas pada variabel komunikasi kelompok terdapat lima butir instrumen yang tidak valid tetapi hal ini tidak menghilangkan keterwakilan indikator dalam butir instrumen karena masih ada butir instrumen lainnya yang valid dan sudah mewakili indikator yang sama.

b. Penggunaan Media Sosial (X_2)

Tabel 3.5 : Uji Validitas Variabel Penggunaan Media Sosial

No Pernyataan	r_{hitung}	Keterangan
Item_1	.783	Valid
Item_2	.679	Valid

Item_3	.597	Valid
Item_4	.737	Valid
Item_5	.669	Valid
Item_6	.667	Valid
Item_7	.736	Valid
Item_8	.537	Valid
Item_9	.548	Valid
Item_10	.322	Valid
Item_11	.463	Valid
Item_12	.667	Valid
Item_13	.788	Valid
Item_14	.172	Tidak Valid
Item_15	.576	Valid
Item_16	.598	Valid
Item_17	.502	Valid
Item_18	.369	Valid
Item_19	.564	Valid
Item_20	.565	Valid

Berdasarkan data ujicoba dan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS versi 18 sebagaimana keterangan yang telah disebutkan di atas maka butir ítem yang nilai $r_{hitungnya}$ lebih dari 0.3 dan dinyatakan valid adalah sebanyak 19 butir dan nilai $r_{hitungnya}$ kurang dari 0.3 dan dianggap tidak valid sebanyak 1 butir. Butir yang tidak valid adalah butir instrumen nomor 14. Dengan adanya perubahan jumlah butir pernyataan yang valid, maka rentang skor ideal instrumen penggunaan media sosial berada di antara 19 sampai dengan 76.

Setelah mengetahui jumlah butir yang valid dan tidak valid, maka butir yang valid akan digunakan sebagai intrumen untuk penyebaran angket ke responden sedangkan butir yang tidak valid maka akan dibuang dan tidak dijadikan instrumen dalam penyebaran angket ke responden.

Walaupun hasil uji validitas pada variabel penggunaan media sosial terdapat satu butir instrumen yang tidak valid tetapi hal ini tidak menghilangkan

keterwakilan indikator dalam butir instrumen karena masih ada butir instrumen lainnya yang valid dan sudah mewakili indikator yang sama.

c. Penggunaan *Search Engine* (X_3)

Tabel 3.6 : Uji Validitas Variabel Penggunaan *Search Engine*

No Pernyataan	r_hitung	Keterangan
Item_1	.533	Valid
Item_2	.708	Valid
Item_3	.649	Valid
Item_4	.465	Valid
Item_5	.672	Valid
Item_6	.371	Valid
Item_7	-.369	Tidak Valid
Item_8	.554	Valid
Item_9	-.409	Tidak Valid
Item_10	.640	Valid
Item_11	.611	Valid
Item_12	.616	Valid
Item_13	.439	Valid
Item_14	-.479	Tidak Valid
Item_15	.552	Valid

Berdasarkan data ujicoba dan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS versi 18 sebagaimana keterangan yang telah disebutkan di atas maka butir ítem yang nilai r_hitungnya lebih dari 0.3 dan dinyatakan valid adalah sebanyak 12 butir dan nilai r_hitungnya kurang dari 0.3 dan dianggap tidak valid sebanyak 3 butir. Butir yang tidak valid adalah butir instrumen nomor 7, 9, dan 14. Dengan adanya perubahan jumlah butir pernyataan yang valid, maka rentang skor ideal instrumen penggunaan *search engine* berada di antara 12 sampai dengan 48.

Setelah mengetahui jumlah butir yang valid dan tidak valid, maka butir yang valid akan digunakan sebagai instrumen untuk penyebaran angket ke responden sedangkan butir yang tidak valid maka akan dibuang dan tidak dijadikan instrumen dalam penyebaran angket ke responden.

Walaupun hasil uji validitas pada variabel penggunaan *search engine* terdapat tiga butir instrumen yang tidak valid tetapi hal ini tidak menghilangkan keterwakilan indikator dalam butir instrumen karena masih ada butir instrumen lainnya yang valid dan sudah mewakili indikator yang sama.

d. Penggunaan Akhlak Siswa (X_4)

Tabel 3.7 : Uji Validitas Variabel Penggunaan Akhlak Siswa

No Pernyataan	r_hitung	Keterangan
Item_1	.199	Tidak Valid
Item_2	.122	Tidak Valid
Item_3	.133	Tidak Valid
Item_4	.294	Tidak Valid
Item_5	.037	Tidak Valid
Item_6	-.166	Tidak Valid
Item_7	.304	Valid
Item_8	.465	Valid
Item_9	-.135	Tidak Valid
Item_10	.499	Valid
Item_11	.769	Valid
Item_12	.769	Valid
Item_13	.655	Valid
Item_14	.754	Valid
Item_15	.769	Valid
Item_16	.632	Valid
Item_17	.840	Valid
Item_18	.857	Valid
Item_19	.564	Valid

Item_20	.616	Valid
Item_21	.113	Tidak Valid
Item_22	.729	Valid
Item_23	.676	Valid
Item_24	.786	Valid
Item_25	.734	Valid
Item_26	.781	Valid
Item_27	.698	Valid
Item_28	.591	Valid
Item_29	.758	Valid
Item_30	.615	Valid
Item_31	.753	Valid
Item_32	.076	Tidak Valid
Item_33	.754	Valid
Item_34	.056	Tidak Valid
Item_35	.718	Valid

Berdasarkan data ujicoba dan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS versi 18 sebagaimana keterangan yang telah disebutkan di atas maka butir ítem yang nilai $r_{hitungnya}$ lebih dari 0.3 dan dinyatakan valid adalah sebanyak 25 butir dan nilai $r_{hitungnya}$ kurang dari 0.3 dan dianggap tidak valid sebanyak 10 butir. Butir yang tidak valid adalah butir instrumen nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 21, 32, dan 34. Dengan adanya perubahan jumlah butir pernyataan yang valid, maka rentang skor ideal instrumen akhlak siswa berada di antara 25 sampai dengan 100.

Setelah mengetahui jumlah butir yang valid dan tidak valid, maka butir yang valid akan digunakan sebagai intrumen untuk penyebaran angket ke responden sedangkan butir yang tidak valid maka akan dibuang dan tidak dijadikan instrumen dalam penyebaran angket ke responden.

Walaupun hasil uji validitas pada variabel akhlak siswa terdapat sepuluh butir instrumen yang tidak valid tetapi hal ini tidak menghilangkan keterwakilan

indikator dalam butir instrumen karena masih ada butir instrumen lainnya yang valid dan sudah mewakili indikator yang sama.

Dari hasil validitas di atas yang dilakukan terhadap 85 item pernyataan, yang terdiri dari 15 item untuk variabel (X_1) komunikasi kelompok, 20 item untuk variabel (X_2) penggunaan media sosial, 15 item untuk variabel (X_3) penggunaan *search engine*, dan 35 item untuk variabel (X_4) akhlak siswa, maka jumlah keseluruhan pertanyaan dan pernyataan yang tidak valid adalah 19 item. Maka dengan demikian jumlah item yang valid/sahih sebanyak 66 item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

a. Komunikasi Kelompok (X_1)

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya pernyataan tersebut adalah akan alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali.¹⁵¹ Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala Likert adalah *cronbachs alpha*.

Pengujian reliabilitas butir instrumen dilakukan terhadap butir instrumen yang valid saja, sedangkan butir yang tidak valid tidak disertakan dalam pengujian. Setelah dilakukan pengujian dengan teknik *cronbachs alpha* dengan jumlah item sebanyak 10 diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.793. Berikut ditampilkan hasil pengujian:

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.793	10

Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0.6. Menurut Sekaran, reliabilitas kurang dari 0.6 kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima, dan di atas 0.8 adalah baik.¹⁵² Karena nilai koefisien

¹⁵¹ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), h. 64.

¹⁵² *Ibid.*

reliabilitas sebesar 0.793 lebih besar dari 0.6 maka dapat disimpulkan instrument kuesioner pada variabel komunikasi kelompok adalah reliabel.

b. Penggunaan Media Sosial (X_2)

Pengujian reliabilitas butir instrumen dilakukan terhadap butir instrumen yang valid, sedangkan butir yang tidak valid tidak disertakan dalam pengujian. Setelah dilakukan pengujian dengan teknik *cronbachs alpha* dengan jumlah item sebanyak 19 diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.901. Berikut ditampilkan hasil pengujian:

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.901	19

Dari hasil pengujian di atas diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.901. Karena nilai koefisien reliabilitas 0.901 lebih besar dari 0.6 maka dapat disimpulkan instrumen kuesioner pada variabel penggunaan media sosial adalah reliabel.

c. Penggunaan Search Engine (X_3)

Pengujian reliabilitas butir instrumen dilakukan terhadap butir instrumen yang valid, sedangkan butir yang tidak valid tidak disertakan dalam pengujian. Setelah dilakukan pengujian dengan teknik *cronbachs alpha* dengan jumlah item sebanyak 12 diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.830. Berikut ditampilkan hasil pengujian:

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.830	12

Dari hasil pengujian di atas diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.830. Karena nilai koefisien reliabilitas 0.830 lebih besar dari 0.6 maka dapat disimpulkan instrumen kuesioner pada variabel penggunaan *search engine* adalah reliabel.

d. Akhlak Siswa (X₄)

Pengujian reliabilitas butir instrumen dilakukan terhadap butir instrumen yang valid, sedangkan butir yang tidak valid tidak disertakan dalam pengujian. Setelah dilakukan pengujian dengan teknik *cronbachs alpha* dengan jumlah item sebanyak 25 diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.956. Berikut ditampilkan hasil pengujian:

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.956	25

Dari hasil pengujian di atas diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.956. Karena nilai koefisien reliabilitas 0.956 lebih besar dari 0.6 maka dapat disimpulkan instrumen kuesioner pada variabel akhlak siswa adalah reliabel.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan pengembangan dari regresi berganda sehingga dapat dilakukan estimasi besarnya hubungan kausal antara sejumlah variabel dan hirarki kedudukan masing-masing variabel dalam serangkaian jalur-jalur hubungan kausal, baik hubungan langsung maupun tidak langsung.¹⁵³ Analisis jalur juga digunakan untuk menguji kesesuaian pada model yang telah dihipotesiskan. Melalui analisis jalur ini akan dapat ditemukan jalur mana yang paling tepat dan singkat suatu variabel eksogen menuju variabel endogen yang terakhir. Penggunaan analisis jalur dalam analisis data penelitian didasarkan pada beberapa asumsi sebagai berikut¹⁵⁴ :

1. Hubungan antar variabel yang akan dianalisis berbentuk linier, aditif, dan kausal.
2. Variabel-variabel residual tidak berkorelasi dengan variabel yang mendahuluinya, dan juga tidak berkorelasi dengan variabel lainnya.

¹⁵³ Hasan MZ, *Pengantar Analisis Hubungan Kausal (Analisis Jalur)*, (Malang: Pusat Penelitian IKIP Malang, 1992), h. 12.

¹⁵⁴ Sugiyono, *Statistika...*, h. 297-298.

3. Dalam model hubungan variabel hanya terdapat jalur kausal/sebab-akibat searah.
4. Data setiap variabel yang dianalisis adalah data interval dan berasal dari sumber yang sama.

Dalam penerapan analisis jalur ada beberapa langkah yang perlu diperhatikan sebagai pedoman sebagai berikut ¹⁵⁵:

1. Instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel.
2. Sebelum analisis jalur diimplementasikan maka dilakukan uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas, uji homogenitas, dan uji liniertias. Ketiga uji prasyarat harus terpenuhi yaitu data bersifat normal, homogen, dan linier.
3. Melakukan pengujian model kausalitas dengan korelasi yang signifikan.
4. Melakukan pengujian hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung diantara variabel yang diteliti.

Analisis jalur dikembangkan untuk meneliti fenomena sosial dengan beberapa elemen dasar sebagai berikut :

1. Diagram Jalur

Diagram jalur digunakan untuk menggambarkan adanya hubungan antar variabel baik yang bersifat konseptual maupun statistika.

2. Variabel Eksogen dan Endogen

Variabel eksogen adalah variabel yang tidak ada penyebab-penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak-anak panah yang menuju kearahnya. Sedangkan variabel endogen adalah variabel yang memiliki anak-anak panah menuju kearah variabel tersebut. Variabel yang termasuk di dalamnya mencakup semua variabel perantara (intervening) dan tergantung (endogen).¹⁵⁶

3. Koefisien Jalur

Koefisien jalur yaitu koefisien regresi standar yang menunjukkan pengaruh langsung dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam suatu model jalur tertentu.

4. Persamaan Struktural

¹⁵⁵Nidjo Sandjojo, *Metode...*, h. 14-16.

¹⁵⁶Ratlan Pardede dan Renhard Manurung, *Analisis Jalur (Path Analysis) Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis* (Jakarta : Rineka Cipta, 2014), h. 19.

Persamaan struktural analisis jalur merupakan persamaan yang menunjukkan adanya variabel endogen yang ditentukan oleh beberapa variabel eksogen.

5. Kesalahan Sisa (*Residual Error*)

Residual error (ε) yaitu menggambarkan adanya varian yang tidak dapat diterangkan atau pengaruh dari semua variabel yang tidak terukur ditambah dengan kesalahan pengukuran.¹⁵⁷

Selanjutnya data dalam penelitian ini dianalisis dengan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum dari masing-masing variabel yang dapat terukur (*Observable*). Adapun analisis yang dibutuhkan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan atau menganalisis setiap data yang diperoleh pada masing-masing variabel, penjelasan data diusahakan secara ringkas dan jelas dengan maksud untuk mengetahui karakteristik sampel, informasi yang diperoleh dari hasil deskripsi ini, juga disajikan dalam bentuk grafik histogram data kelompok dan distribusi frekuensi data kelompok, hal ini dimaksudkan untuk mendukung kajian pembahasan pada analisis statistik Inferensial.
2. Statistik inferensial digunakan pada analisis yang berkaitan dengan uji persyaratan analisis, yakni: a) Normalitas, b) Homogenitas, c) Linieritas.
3. Statistik Multivariat, yaitu teknik statistik yang akan digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini terkait dengan *measurement model* atau pengukuran kausalitas yang sifatnya berjenjang, maka teknik analisis yang paling tepat untuk menjawab permasalahan ini dengan menggunakan teknik *path analysis* yaitu suatu model pengukuran untuk mengkonfirmasi pengaruh dari beberapa dimensi seperti pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung serta pengaruh total melalui sebuah variabel perantara (*intervening*). Berkaitan dengan model analisis dan hipotesis yang diajukan, terdapat beberapa parameter yang diukur yaitu:

¹⁵⁷*Ibid.*, h.20.

a. Parameter Pengaruh Langsung (*Direct Effects*)

- (1) Pengaruh langsung variabel komunikasi kelompok (X_1) terhadap akhlak siswa (X_4) besaran dari nilai parameter tersebut adalah “ (ρ_{41}) ”
- (2) Pengaruh langsung variabel komunikasi kelompok (X_1) terhadap penggunaan *search engine* (X_3) besaran dari nilai parameter tersebut adalah “ (ρ_{31}) ”
- (3) Pengaruh langsung penggunaan media sosial (X_2) terhadap variabel akhlak siswa (X_4) besaran nilai parameter tersebut adalah “ (ρ_{42}) ”;
- (4) Pengaruh langsung variabel penggunaan media sosial (X_2) terhadap variabel penggunaan *search engine* (X_3) besaran nilai parameter tersebut adalah “ (ρ_{32}) ”
- (5) Pengaruh langsung variabel penggunaan *search engine* (X_3) terhadap variabel akhlak siswa (X_4) besaran nilai parameter tersebut adalah “ (ρ_{43}) ”

b. Parameter Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effects*)

Terdapat dua buah parameter pengaruh tidak langsung, yaitu:

- (1) Pengaruh tidak langsung variabel komunikasi kelompok (X_1) melalui variabel penggunaan *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa (X_4) besaran parameter pengaruh tidak langsung tersebut adalah “ $(\rho_{31} \cdot \rho_{43})$ ”;
- (2) Pengaruh tidak langsung variabel penggunaan media sosial (X_2) melalui variabel penggunaan *search engine* (X_3) terhadap variabel akhlak siswa (X_4). Besaran nilai parameter tidak langsung tersebut adalah “ $(\rho_{32} \cdot \rho_{43})$ ”.

c. Analisis Pengaruh Total (*Total Effects*)

Terdapat tiga pengaruh total yang diukur dari model yang ditawarkan, yaitu:

- (1) Pengaruh total variabel komunikasi kelompok (X_1) terhadap variabel akhlak siswa (X_4). Besaran nilai parameter pengaruh total tersebut adalah “ $(\rho_{31} \cdot \rho_{43}) + (\rho_{41})$ ”.
- (2) Pengaruh total variabel penggunaan media sosial (X_2) terhadap variabel akhlak siswa (X_4). Besaran nilai parameter pengaruh total tersebut adalah “ $(\rho_{32} \cdot \rho_{43}) + (\rho_{42})$ ”

- (3) Pengaruh total variabel penggunaan *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa (X_4). Besaran nilai parameter pengaruh total tersebut adalah (ρ_{43}) yang juga merupakan pengaruh langsung dari variabel tersebut.

d. Menguji Kesesuaian Model (*Goodness Of Fit Model*).

Pengujian ini dilakukan untuk mengidentifikasi apakah model dikatakan cukup baik, dalam hal struktur dan hasil pengukurannya. Dikatakan baik (*fit*) apabila pengembangan model hipotetik secara konseptual dan teoritis didukung oleh data-data empirik. Jika hasil analisis masih memiliki parameter yang tidak signifikan maka perlu dilakukan respesifikasi model dengan cara melakukan *trimming* dengan tujuan untuk mendapatkan model yang benar-benar *fit* sesuai dengan gambaran dari karakteristik data yang dianalisis.

Achmad. Bmenjelaskan bahwa Respesifikasi model dilakukan dengan cara menghilangkan koefisien jalur yang tidak berarti (nonsignifikan). Jalur-jalur yang akan dihilangkan dari model ini dapat diidentifikasi melalui hasil analisis yang ditampilkan pada *output t-values*, nilai parameter yang tidak signifikan diidentifikasi dari nilai parameter *t-values* yang lebih kecil dari 1,97 (t_{tabel}). Selanjutnya melakukan modifikasi model dengan cara melakukan *free* pada jalur yang dinyatakan tidak signifikan pada saat melakukan analisis lanjutan seperti analisis yang dilakukan sebelumnya. Sampai pada akhirnya ditemukan model yang benar-benar sesuai dengan data yang dianalisis.

Untuk menguji kesesuaian model dengan data yang dianalisis (*Goodness Of Fit Model*) digunakan formula yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Q = \frac{1 - R_m^2}{1 - M} \dots\dots\dots 158$$

$$R_m^2 = 1 - (1 - R^2_1) (1 - R^2_2) \dots\dots (1 - R^2_p)$$

$$M = 1 - (1 - R^2_1) (1 - R^2_2) \dots\dots (1 - R^2_p)$$

Jika $Q = 1$ mengindikasikan model *Fit* sempurna. Jika $Q < 1$, untuk menentukan (*fit*) tidaknya model maka formula rumus Q harus perlu lebih lanjut dengan formula yang dirumuskan sebagai berikut:

¹⁵⁸ Randall, Shumacker and Richard G. Lomax, *Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers. 1996), h. 44-45.

$$W = - (N - d) \ln Q$$

Keterangan:

N = Ukuran sampel

d = Banyaknya koefisien jalur yang sama dengan nol (nonsignifikan)

R_m^2 = Koefisien determinasi multiple untuk model yang diusulkan

M = Koefisien determinasi multipel (R_m^2) setelah koefisien jalur yang Tidaksignifikan dihilangkan.

Kreteria uji model dikatakan fit atau H_0 diterima: jika $W < \chi^2_{(dk; \alpha)}$, dimana dk (derajat bebas) = d . Dalam hal lainnya model diindikasikan tidak Fit atau H_0 ditolak. Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh formula rumus di atas, maka dilakukan uji kesesuaian model. Apakah model dikatakan cukup Fit dengan data yang dianalisis.

Selanjutnya untuk mempermudah penghitungan, maka data yang diperoleh dari lapangan dianalisis dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) for Windows Versi 18.

e. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik yang akan diuji dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut :

1. Hipotesis statistik 1

H_0 : Tidak terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok (X1) terhadap akhlak siswa (X4)

H_a : Terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok (X1) terhadap akhlak siswa (X4)

H_0 : $\rho_{41} = 0$

H_a : $\rho_{41} \neq 0$

Kriteria pengujian : tolak H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

2. Hipotesis statistik 2.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh komunikasi kelompok (X1) terhadap penggunaan *search engine* (X3)

Ha : Terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok (X1) terhadap penggunaan *search engine* (X3)

Ho : $\rho_{31} = 0$

Ha : $\rho_{31} \neq 0$

Kriteria pengujian : tolak Ho, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

3. Hipotesis statistik 3.

Ho : Tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial (X2) terhadap akhlak siswa (X4)

Ha : Terdapat pengaruh langsung pengaruh penggunaan media sosial (X2) terhadap akhlak siswa (X4)

Ho : $\rho_{42} = 0$

Ha : $\rho_{42} \neq 0$

Kriteria pengujian : tolak Ho, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

4. Hipotesis statistik 4.

Ho : Tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial (X2) terhadap penggunaan *search engine* (X3)

Ha : Terdapat pengaruh langsung penggunaan media sosial (X2) terhadap penggunaan *search engine* (X3)

Ho : $\rho_{32} = 0$

Ha : $\rho_{32} \neq 0$

Kriteria pengujian : tolak Ho, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

5. Hipotesis statistik 5.

Ho : Tidak terdapat pengaruh penggunaan *search engine* (X3) terhadap akhlak siswa (X4)

Ha : Terdapat pengaruh langsung penggunaan *search engine* (X3) terhadap akhlak siswa (X4)

Ho : $\rho_{43} = 0$

Ha : $\rho_{43} \neq 0$

Kriteria pengujian : tolak Ho, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

6. Hipotesis statistik 6

Ho : Tidak terdapat pengaruh tidak langsung komunikasi kelompok (X1) melalui penggunaan *search engine*(X3) terhadap akhlak siswa(X4)

Ha : Terdapat pengaruh tidak langsung komunikasi kelompok (X1) melalui penggunaan *search engine*(X3) terhadap akhlak siswa(X4)

Ho : $\rho_{41-3} = 0$

Ha : $\rho_{41-3} \neq 0$

Kriteria pengujian : tolak Ho, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

7. Hipotesis statistik 7

Ho : Tidak terdapat pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial(X2) melalui penggunaan *search engine*(X3) terhadap akhlak siswa(X4)

Ha : Terdapat pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial (X2) melalui penggunaan *search engine*(X3) terhadap akhlak siswa(X4)

Ho : $\rho_{42-3} = 0$

Ha : $\rho_{42-3} \neq 0$

Kriteria pengujian : tolak Ho, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data utama dalam penelitian ini bersumber dari lokasi penelitian yaitu Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu yang bernaung dibawah Dinas Pendidikan Kabupaten Deli Serdang. Sekolah Menengah Pertama Negeri yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *Pertama*, Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 terletak di desa Baru, Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 terletak di desa Bintang Meriah, dan Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 terletak di desa Gunung Tinggi Kecamatan Pancur Batu. Sebagai lokasi penelitian, Pancur Batu memiliki berbagai karakteristik. Berikut dideskripsikan karakteristik Kecamatan Pancur Batu

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

Pancur Batu merupakan salah satu nama Kecamatan di Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Pancur Batu di huni 96.288 jiwa menempati lahan seluas 122.53 Km². Secara geografis batas-batas wilayah Pancur Batu adalah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Medan Tuntungan dan Medan Sunggal
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Sibolangit
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Namo Rambe
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Kutalimbaru

Kondisi Topografi di Kecamatan Pancur Batu adalah datar, landai dan berbukit (dataran tinggi) dengan ketinggian rata-rata ± 100 m di atas permukaan laut. Kecamatan Pancur Batu beriklim sedang serta dipengaruhi musim panas dan musim penghujan, dengan suhu maximum 37 ° C dan Minimum 29°C serta dilintasi beberapa sungai yang tentunya menambah kesuburan tanahnya, yaitu : sungai Belawan, sungai Tuntungan, sungai Tengah, sungai Pulpulen, sungai Bekala, sungai Baburah, Lau Mentar, dan Lau Nipei.

Kecamatan Pancur Batu terdiri dari beberapa desa dengan jumlah desa sebanyak 25 desa. Luas desa dan jarak desa ke Kecamatan Pancur Batu dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 : Tabel Jarak Desa ke Kecamatan Pancur Batu

No	Desa	Luas	Jarak Ke Kecamatan
1	Bintang Meriah	699 Ha	10 Km
2	Sugau	419 Ha	8 Km
3	Tiang Layar	415 Ha	7 Km
4	Namo Riam	515 Ha	5 Km
5	Durin Simbelang	341 Ha	4 Km
6	Salam Tani	974 Ha	5 Km
7	Pertampilen	436 Ha	3 Km
8	Hulu	214 Ha	2 Km
9	Namo Simpur	219 Ha	250 M
10	Tengah	115 Ha	100 M
11	Lama	168 Ha	1.5 Km
12	Namo Rih	409 Ha	2.5 Km
13	Baru	272 Ha	1 Km
14	Namo Bintang	499 Ha	3 Km
15	Durin Tonggal	911 Ha	8 Km
16	Simalingkar – A	341 Ha	5 Km
17	Perumnas Simalingkar	149 Ha	13 Km
18	Durin Jangak	491 Ha	5 Km
19	Tuntungan – I	344 Ha	6 Km
20	Tuntungan – II	352 Ha	5 Km
21	Sembahe Baru	357 Ha	5 Km
22	Tanjung Anom	524 Ha	5 Km
23	Sei Glugur	2.040 Ha	12 Km
24	Suka Raya	392 Ha	7 Km

25	Gunung Tinggi	509 Ha	10 Km
	Jumlah	12.253 Ha	

Sumber : <https://pancurbatu.deliserdangkab.go.id>

Secara spesifik, lokasi penelitian ini adalah Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu yaitu Sekolah Menengah Pertaman Negeri 1, Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Pancur Batu, dan Sekolah Menengah Pertaman Negeri 3 dengan menjadikan siswa-siswi sebagai respondennya. Kreteria utama siswa yang menjadi responden adalah siswa yang beragama Islam saat penelitian ini dilakukan duduk di kelas VII sampai kelas IX. Berikut akan dideskripsikan sekolah yang merupakan lokasi penelitian.

1. Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pancur Batu

Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 (SMPN 1) merupakan sekolah umum memiliki nilai Akreditasi A yang diselenggarakan oleh pemerintah Daerah. Sekolah ini berlokasi di desa Baru, Kecamatan Pancur Batu di Lentan Jamin Ginting No. 124. Lokasi sekolah terletak di tengah-tengah rumah warga membuat suasana belajar kondusif bagi para siswanya. Penyelenggaraan sekolah dilaksanakan pagi hari. Kegiatan belajar mengajar menggunakan Kurikulum 2013.

Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 merupakan salah satu sekolah favorit bagi masyarakat desa Baru. Sekolah ini memiliki luas tanah 6.009M² dilengkapi sarana gedung untuk belajar siswa, ruang kepala sekolah, ruang guru, perpustakaan dan labaratorium. Pelaksanaan proses belajar mengajar sekolah dipimpin oleh seorang Kepala Sekolah. Personil sekolah terdiri dari Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, Guru dan Tenaga Kependidikan. Berikut data Guru, Guru dan Tenaga Kependidikan (PTK), serta jumlah Peserta Didik (PD) yaitu:

Tabel 4.2 : Data Guru, PTK dan PD SMPN1

Uraian	Guru	Tendik	PTK	PD
Laki-laki	13	1	14	286
Perempuan	43	4	47	352
Total	56	5	61	638

Sumber : www.dapo.disdasmn.kemendikbud.go.id.

Adapun rincian untuk data sarana dan prasarana Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pancur Batu adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3: Data Sarana dan Prasarana SMPN 1

No	Jenis Sarpras	Jumlah
1	Ruang Kelas	22
2	Ruang Laboratorium	2
3	Ruang Perpustakaan	1
Total		25

Sumber : www.dapo.disdasmn.kemendikbud.go.id.

Rombongan belajar siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pancur Batu memiliki jumlah rombongan belajar sebanyak 21, dengan uraian sebagai berikut:

Tabel 4.4: Data Rombongan Belajar SMPN 1

NO	Rombongan Belajar	Jenis Kelamin		Total
		L	P	
1	Rombongan Belajar Kelas 7	98	123	221

2	Rombongan Belajar Kelas 8	101	110	211
3	Rombongan Belajar Kelas 9	87	119	206
Total Keseluruhan		286	352	638

Sumber : www.dapo.disdasmen.kemendikbud.go.id.

2. Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Pancur Batu

Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 (SMPN 2) merupakan sekolah umum memiliki Akreditasi A yang diselenggarakan oleh pemerintah Pusat. Sekolah ini berlokasi di desa Bintang, Kecamatan Pancur Batu di Lentan Jamin Ginting. Lokasi sekolah terletak di pinggir jalan dekat lapangan bola Pancur Batu dan dekat Sekolah Menengah Umum 1 Pancur Batu. Penyelenggaraan sekolah dilaksanakan pagi hari. Kegiatan belajar mengajar menggunakan Kurikulum 2013.

Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 merupakan salah satu sekolah favorit bagi masyarakat desa Bintang. Sekolah ini memiliki luas tanah 3.400M² dilengkapi sarana gedung untuk belajar siswa, ruang kepala sekolah, ruang guru, perpustakaan dan laboratorium. Pelaksanaan proses belajar mengajar sekolah dipimpin oleh seorang Kepala Sekolah. Personil sekolah terdiri dari Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, Guru dan Tenaga Kependidikan. Berikut data Guru, Guru dan Tenaga Kependidikan (PTK), serta jumlah Peserta Didik (PD) yaitu:

Tabel 4.5 : Data Guru, PTK dan PD SMPN 2

Uraian	Guru	Tendik	PTK	PD
Laki-laki	14	2	16	313
Perempuan	42	1	43	323
Total	56	3	59	636

Sumber : www.dapo.disdasmen.kemendikbud.go.id.

Adapun rincian untuk data sarana dan prasarana Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Pancur Batu adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6: Data Sarana dan Prasarana SMPN 2

No	Jenis Sarpras	Jumlah
1	Ruang Kelas	25
2	Ruang Laboratorium	4
3	Ruang Perpustakaan	1
Total		30

Sumber : www.dapo.disdasmn.kemendikbud.go.id.

Rombongan belajar siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Pancur Batu memiliki jumlah rombongan belajar sebanyak 20, dengan uraian sebagai berikut:

Tabel 4.7: Data Rombongan Belajar SMPN 2

NO	Rombongan Belajar	Jenis Kelamin		Total
		L	P	
1	Rombongan Belajar Kelas 7	143	111	254
2	Rombongan Belajar Kelas 8	106	118	224
3	Rombongan Belajar Kelas 9	64	94	158
Total Keseluruhan		313	323	636

Sumber : www.dapo.disdasmn.kemendikbud.go.id.

3. Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Pancur Batu

Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 (SMPN 3) merupakan sekolah umum memiliki Akreditasi A yang diselenggarakan oleh pemerintah Pusat. Sekolah ini berlokasi di desa Bintang, Kecamatan Pancur Batu di jalan Gelugur Rimbun Desa

Gunung Tinggi. Lokasi sekolah terletak di pinggir jalan dekat Puskesmas desa Gunung Tinggi. Penyelenggaraan sekolah dilaksanakan pagi hari. Kegiatan belajar mengajar menggunakan Kurikulum 2013.

Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 merupakan salah satu sekolah favorit bagi masyarakat desa Gunung Tinggi dan desa Sei Gelugur. Sekolah ini memiliki luas tanah 10.471M² dilengkapi sarana gedung untuk belajar siswa, ruang kepala sekolah, ruang guru, perpustakaan dan laboratorium. Pelaksanaan proses belajar mengajar sekolah dipimpin oleh seorang Kepala Sekolah. Personil sekolah terdiri dari Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, Guru dan Tenaga Kependidikan. Berikut data Guru, Guru dan Tenaga Kependidikan (PTK), serta jumlah Peserta Didik (PD) yaitu:

Tabel 4.8 : Data Guru, PTK dan PD SMPN 3

Uraian	Guru	Tendik	PTK	PD
Laki-laki	13	2	15	299
Perempuan	30	2	32	326
Total	43	4	47	625

Sumber : www.dapo.disdasmen.kemendikbud.go.id.

Adapun rincian untuk data sarana dan prasarana Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Pancur Batu adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9: Data Sarana dan Prasarana SMPN 3

No	Jenis Sarpras	Jumlah
1	Ruang Kelas	21
2	Ruang Laboratorium	4
3	Ruang Perpustakaan	1
Total		26

Sumber : www.dapo.disdasmen.kemendikbud.go.id.

Rombongan belajar siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Pancur Batu memiliki jumlah rombongan belajar sebanyak 21, dengan uraian sebagai berikut:

Tabel 4.10: Data Rombongan Belajar SMPN 3

NO	Rombongan Belajar	Jenis Kelamin		Total
		L	P	
1	Rombongan Belajar Kelas 7	104	108	212
2	Rombongan Belajar Kelas 8	82	112	194
3	Rombongan Belajar Kelas 9	113	106	219
Total Keseluruhan		299	326	625

Sumber : www.dapo.disdasmn.kemendikbud.go.id.

B. Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri beragama Islam yang duduk dari kelas VII sampai dengan kelas IX baik yang berjenis kelamin laki-laki maupun wanita. Rincian identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11: Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Nama Sekolah	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Total	Persentase (%)
1	SMPN 1	Laki	52	113	37.67
		Perempuan	61		
2	SMPN 2	Laki	34	69	23.00
		Perempuan	35		
3	SMPN 3	Laki	58	118	39.33
		Perempuan	60		
Jumlah			300	300	100,00 %

Data di atas menjelaskan bahwa pengisian angket yang dilakukan responden berdasarkan jenis kelamin secara umum sudah baik. Berdasarkan data tersebut total responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 143 atau sekitar (48 %) sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 157 atau sekitar (52%).

Kemudian berdasarkan data yang diperoleh dari usia reseponden, usia siswa sebagai responden juga menunjukkan usia mereka bukan usia anak-anak lagi tetapi sudah memasuki usia remaja. Mayoritas responden yang mengisi angket berada pada usia 13 sampai dengan usia 15 tahun atau yaitu berjumlah 255 siswa atau 85 %. Untuk selengkapnya dapat dilihat tabel berikut:

Tabel 4.12: Identitas Responden Berdasarkan Usia

NO	Nama Sekolah	Usia	Jumlah Responden	Total	Persentase (%)
1	SMPN 1	<12	15	113	37.67
		13-15	98		
		>16	0		
2	SMPN 2	<12	15	69	23.00
		13-15	54		
		>16	0		
3	SMPN 3	<12	14	118	39.33
		13-15	103		
		>16	1		
Jumlah			300	300	100,00 %

Selanjutnya berdasarkan data yang diperoleh dari tingkatan kelas reseponden, tingkatan kelas responden menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengisi angket adalah siswa yang duduk di kelas IX yaitu berjumlah 139 siswa atau sekitar 46.33. Selengkapnya dapat dilihat tabel berikut:

Tabel 4.13: Identitas Responden Berdasarkan Tingkatan Kelas

NO	Nama Sekolah	Tingkatan Kelas	Jumlah Responden	Total	Persentase (%)
1	SMPN 1	VII	34	113	37.67
		VIII	14		
		IX	65		
2	SMPN 2	VII	25	69	23.00
		VIII	19		
		IX	25		
3	SMPN 3	VII	17	118	39.33
		VIII	52		
		IX	49		
Jumlah			300	300	100,00 %

C. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menyertakan satu variabel endogen, dan tiga variabel eksogen. Variabel endogen yaitu akhlak siswa (X_4). Sedangkan variabel eksogen yaitu komunikasi kelompok (X_1), penggunaan media sosial (X_2), dan penggunaan *search engine* (X_3). Diantara variabel endogen dan eksogen terdapat satu variabel perantara yaitu variabel penggunaan *search engine* (X_3). Hal ini dikarenakan variabel X_3 selain mempengaruhi nilai variabel X_4 , juga dipengaruhi oleh variabel X_1 dan X_2 . Pada bab ini membahas tentang deskripsi data setiap variabel, selanjutnya dilakukan pengujian persyaratan analisis, analisis model fit dan pengujian hipotesis melalui analisis jalur, pembahasan hasil penelitian serta keterbatasan penelitian. Deskripsi tentang masing-masing variabel secara berurut disajikan mulai dari variabel X_4 , X_1 , X_2 , dan X_3 .

Data yang terkumpul dari masing-masing variabel ditabulasi sesuai dengan keperluan analisis. Selanjutnya, data yang telah ditabulasi dianalisis dengan statistik deskriptif di antaranya menghitung nilai tendensi sentral dan ukuran penyebarannya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui gambaran secara umum makna yang terkandung dari gugusan sebaran data yang diperoleh. Secara

berturut-turut pada bagian berikut akan dideskripsikan data masing-masing variabel tersebut. Deskripsi data mencakup ukuran tendensi sentral, seperti rerata (*mean*), skor rerata dua data tengah (*median*), skor yang memiliki frakuensi terbanyak (*modus*); ukuran tendensi penyebaran, seperti simpangan baku (*standart deviation*), varians (*variance*), rentangan (*range*), skor terendah (minimum), skor tertinggi (maximum); distribusi frekuensi dan histogram. Adapun rangkuman hasil analisis deskriptif dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 4.14 : Rangkuman Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Statistik		Variabel			
		Komunikasi Kelompok (X ₁)	Penggunaan Media Sosial (X ₂)	Penggunaan <i>Search Engine</i> (X ₃)	Akhlak Siswa (X ₄)
N	Sampel	300	300	300	300
Rata-rata		29.01	47.22	27.59	54.85
Nilai Tengah		29	46	27	55
Nilai Terbanyak		30	43	28	52
Std. Deviasi		3.467	9.603	6.325	17.018
Variansi		12.02	92.221	40.009	289.599
Rentang		18	52	36	63
Minimum		20	24	12	25
Maksimum		38	76	48	88
Jumlah		8702	14167	8276	16455

Selanjutnya langkah-langkah yang digunakan dalam menyajikan tabel distribusi frekuensi adalah sebagai berikut:

1. Menghitung jumlah kelas interval

Untuk menghitung jumlah kelas interval menggunakan rumus *Sturges* yaitu: $K = 1 + 3,3 \log n$

2. Menentukan Rentang Data

Rentang data didapatkan dari data terbesar dikurangi data terkecil kemudian ditambah 1.

3. Menghitung Panjang Kelas = Rentang data dibagi jumlah kelas

Deskripsi selanjutnya adalah melakukan pengkategorian terhadap nilai masing-masing indikator. Dari nilai tersebut dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan *Mean* ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i). Rumus untuk mencari M_i dan SD_i adalah:

$$\text{Mean ideal } (M_i) = 1/2 (\text{nilai maksimum} + \text{nilai minimum})$$

$$\text{Standar Deviasi ideal } (SD_i) = 1/6 (\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum})$$

Sedangkan untuk mencari kategori : tinggi, sedang, dan rendah dengan ketentuan sebagai berikut ¹⁵⁹:

$$\text{Jika } X : \geq \text{Mean} + 1.\text{Standar Deviasi} \quad = \text{kategori tinggi}$$

$$\text{Jika } X : \text{Antara Mean} \pm 1.\text{Standar Deviasi} \quad = \text{kategori sedang}$$

$$\text{Jika } X : \text{Mean} - 1.\text{Standar Deviasi} \quad = \text{kategori rendah}$$

1. Akhlak Siswa (X_4)

Data variabel akhlak siswa (X_4) terdiri dari lima indikator yaitu 1) akhlak kepada Allah, 2) akhlak kepada Rasul, 3) akhlak kepada orang tua, 4) akhlak kepada teman, dan 5) akhlak kepada lingkungan. Data variabel akhlak siswa (X_4) berjumlah 300. Gambaran umum jawaban pernyataan yang diberikan responden atas beberapa deskriptor dijelaskan melalui hasil analisis statistik deskriptif. Setelah skor dikomposit maka terdapat skor terendah 25, skor tertinggi 88, rata-rata hitung (*Mean*) 54.85, median (*Me*) 55, modus (*mode*) 52. varians (*variance*) 289.599, dan simpangan baku (*standart deviasi*) 17.018.

Dengan menggunakan aturan Sturges, maka distribusi frekuensi dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} 1. \text{ Menghitung Jumlah Kelas Interval : } K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 300 \\ &= 1 + 3,3 (2,477) \\ &= 1 + 8.1745 \end{aligned}$$

¹⁵⁹ Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008), h. 109.

$$= 9,1745 \text{ (digenapkan 10)}$$

2. Menghitung Rentang Data = (rentang data/jumlah kelas)

$$= (88-25)+1$$

$$=64$$

3. Menghitung Panjang Kelas interval = Rentang data dibagi jumlah kelas, yaitu : $64 / 10 = 6.4$ (digenapkan 7).

Berikut disajikan sebaran data dan tingkat kecenderungan data akhlak siswa sebagai berikut :

a. Sebaran Data dan Distribusi Frekuensi Skor Akhlak Siswa

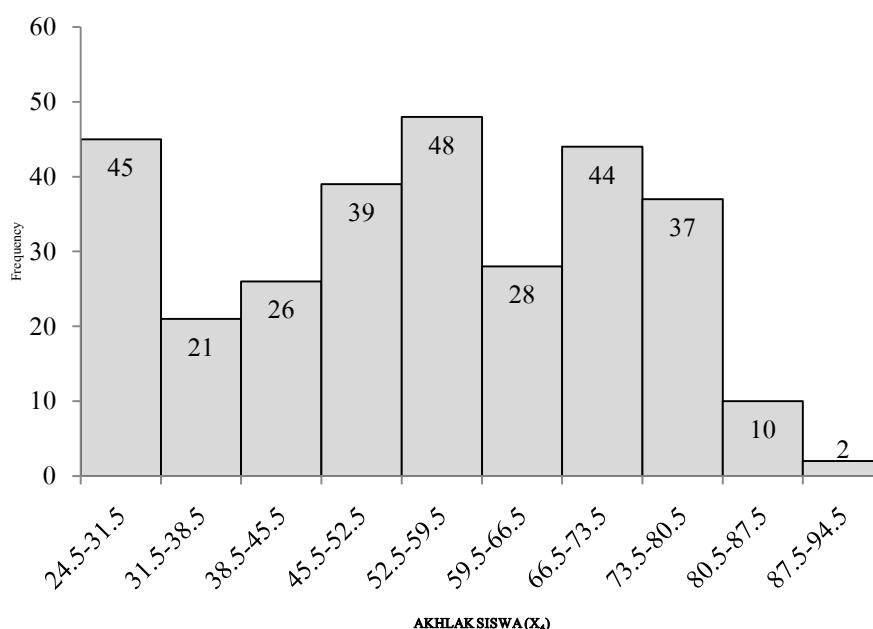
Sebaran data dan distribusi frekuensi skor variabel akhlak siswa dapat dilihat melalui Tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15 : Distribusi Frekuensi Variabel Akhlak Siswa (X_4)

No	Rentang Kelas	Frekuensi	Persentasi
1	24.5 - 31.5	45	15.00
2	31.5 - 38.5	21	7.00
3	38.5 - 45.5	26	8.67
4	45.5 - 52.5	39	13.00
5	52.5 - 59.5	48	16.00
6	59.5 - 66.5	28	9.33
7	66.5 - 73.5	44	14.67
8	73.5 - 80.5	37	12.33
9	80.5 - 87.5	10	3.33
10	87.5 - 94.5	2	0.67
	Total	300	100.0

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa sampel yang berada pada skor tertinggi terdapat pada kelas interval 87.5 – 94.5 sebanyak 2 orang (0.67%), sampel yang berada pada skor terendah terdapat pada kelas interval 24.5 – 31.5 sebanyak 45

orang (15.00), dan skor terbanyak terdapat pada kelas interval 52.5 – 59.5 (16%). Distribusi frekuensi skor variabel akhlak siswa ditampilkan pada gambar 4.1 histogram berikut:



Gambar 4.1. Grafik Histogram Akhlak Siswa

Untuk mengetahui akhlak siswa dilakukan dengan cara membandingkan mean dan standar deviasi skor empirik dengan mean dan skor ideal. Skor terendah data empirik diketahui 25 dan skor tertinggi 88 serta mean skor data empirik 54.85. Sedangkan skor minimum ideal adalah 25 dan skor maksimum ideal adalah 100, sehingga rata-rata skor ideal adalah $\frac{1}{2} (25 + 100) = 62.5$. Dengan demikian berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui rata-rata skor empirik sebesar 54.85, lebih rendah dari pada rata-rata skor ideal 62.5. Temuan ini dapat dimaknai bahwa akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu yang dinilai dengan menggunakan indikator variabel yang dituangkan dalam instrumen akhlak siswa yang digunakan dalam penelitian ini adalah kurang baik.

b. Tingkat Kecenderungan

Dari 25 butir pernyataan tentang akhlak siswa yang dinilai terhadap 300 sampel penelitian terlihat adanya variasi atas beberapa pilihan pernyataan. Pilihan

pernyataan atas akhlak siswa menyebar pada pernyataan sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Dari analisis data yang telah dilakukan, maka dengan menggunakan rumus klasifikasi kategori yang dikemukakan sebelumnya di atas, diperoleh hasil kecenderungan pernyataan tentang akhlak siswa sebagai berikut :

1. Rendah = $(M-1SD)$
 $= (62.5-1(12.5))$
 $= <50$
2. Sedang = $(M-1SD)$ s.d $(M+1SD)$
 $= (62.5-1(12.5))$ s.d $(62.5+1(12.5))$
 $= 50$ s.d. 75
3. Tinggi = $(M+1SD)$
 $= (62.5+1(12.5))$
 $= >75$

Selanjutnya variabel akhlak siswa akan dikategorikan dalam tiga kategori sebagai berikut :

Tabel 4.16 : Kecenderungan Kategori Kelompok Variabel Akhlak Siswa

AKHLAK SISWA (X_4)				
AKHLAK SISWA (X_4)		Frekuensi	Persentasi	Persentasi Kumulatif
Klasifikasi kelompok	KLP RENDAH ($M - 1SD$)	105	35.00 %	35.00
	$(M - 1SD) < KLP$ SEDANG > $(M + 1SD)$	151	50.33 %	85.33
	KLP TINGGI ($M + 1SD$)	44	14.67 %	100.00
	Total	300	100.00	

Data pada tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 14.67 % siswa memiliki akhlak yang tinggi atau sangat baik 50.33% siswa berakhlak sedang atau baik dan 35% siswa menunjukkan akhlak yang rendah atau kurang baik.

Distribusi skor empirik untuk pernyataan akhlak siswa ini menyebar antara skor terendah 25 sampai skor tertinggi 88. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu berada pada kategori sedang.

2. Komunikasi Kelompok (X_1)

Data variabel komunikasi kelompok teman sebaya (X_1) terdiri dari tiga indikator yaitu 1) kohesivitas kelompok, 2) pemecahan masalah dalam kelompok, dan 3) pengambilan keputusan bersifat kompleks. Data variabel komunikasi kelompok teman sebaya (X_1) berjumlah 300. Gambaran umum jawaban pernyataan yang diberikan responden atas beberapa deskriptor dijelaskan melalui hasil analisis statistik deskriptif. Setelah skor dikomposit maka terdapat skor terendah 20, skor tertinggi 38, rata-rata hitung (*Mean*) 29.01, median (*Me*) 29, modus (*mode*) 30. varians (*variance*) 12.02, dan simpangan baku (*standart deviasi*) 3.467.

Dengan menggunakan aturan Sturges, maka distribusi frekuensi dapat ditentukan sebagai berikut :

1. Menghitung Jumlah Kelas Interval : $K = 1 + 3,3 \log n$

$$= 1 + 3,3 \log 300$$

$$= 1 + 3,3 (2,477)$$

$$= 1 + 8.1745$$

$$= 9, 1745 \text{ (digenapkan 10)}$$
2. Menghitung Rentang Data = (rentang data/jumlah kelas)
$$= (38-20)+1$$

$$=19$$
3. Menghitung Panjang Kelas interval = Rentang data dibagi jumlah kelas, yaitu : $19 / 10 = 1.9$ (digenapkan 2).

Berikut disajikan sebaran data dan tingkat kecenderungan data komunikasi kelompok sebagai berikut :

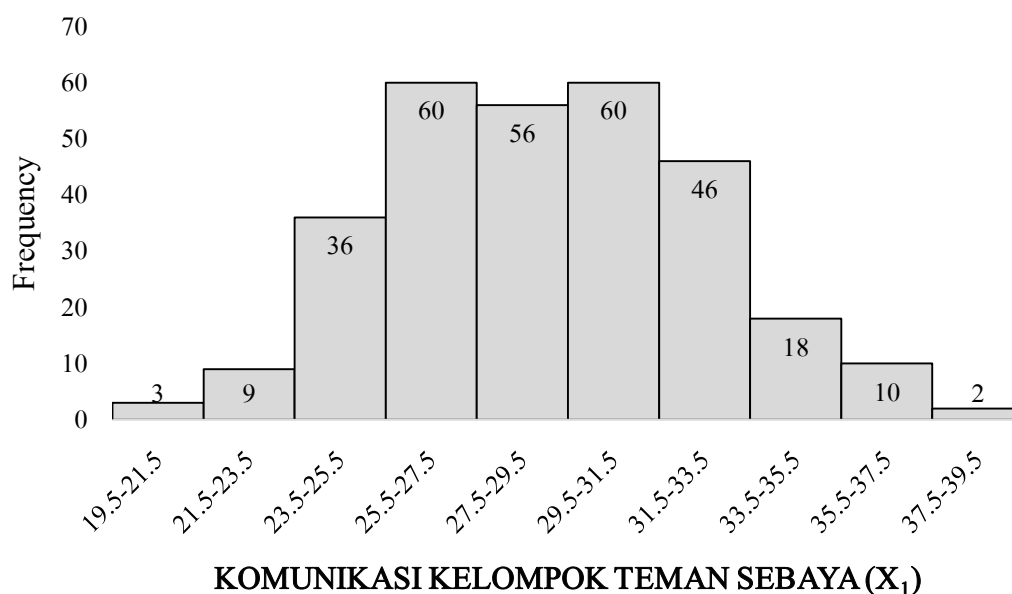
a. Sebaran Data dan Distribusi Frekuensi Skor Komunikasi Kelompok

Sebaran data dan distribusi frekuensi skor variabel komunikasi kelompok dapat dilihat melalui Tabel 4.17 berikut:

Tabel 4.17 : Distribusi Frekuensi Variabel Komunikasi Kelompok (X_1)

No	Rentang Kelas	Frekuensi	Persentasi
1	19.5 - 21.5	3	1.00%
2	21.5 - 23.5	9	3.00%
3	23.5 - 25.5	36	12.00%
4	25.5 - 27.5	60	20.00%
5	27.5 - 29.5	56	18.67%
6	29.5 - 31.5	60	20.00%
7	31.5 - 33.5	46	15.33%
8	33.5 - 35.5	18	6.00%
9	35.5 - 37.5	10	3.33%
10	37.5 - 39.5	2	0.67%
	Total	300	100.0

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa sampel yang berada pada skor tertinggi terdapat pada kelas interval 37.5 – 39.5 sebanyak 2 orang (0.67%), sampel yang berada pada skor terendah terdapat pada kelas interval 19.5 – 21.5 sebanyak 3 orang (1.00%), dan skor terbanyak terdapat pada kelas interval 25.5 – 27.5 dan kelas interval 29.5 – 31.5 (20%). Distribusi frekuensi skor variabel komunikasi kelompok ditampilkan pada gambar 4.2 histogram berikut:



Gambar 4.2. Grafik Histogram Komunikasi Kelompok

Untuk mengetahui komunikasi kelompok dilakukan dengan cara membandingkan *mean* dan standar deviasi skor empirik dengan *mean* dan skor ideal. Skor terendah data empirik diketahui 20 dan skor tertinggi 38 serta *mean* skor data empirik 29.01. Sedangkan skor minimum ideal adalah 10 dan skor maksimum ideal adalah 40, sehingga rata-rata skor ideal adalah $\frac{1}{2} (10 + 40) = 25$. Dengan demikian berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui rata-rata skor empirik sebesar 29.01, lebih tinggi dari pada rata-rata skor ideal 25. Temuan ini dapat dimaknai bahwa komunikasi kelompok siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu yang dinilai dengan menggunakan indikator variabel yang dituangkan dalam instrumen komunikasi kelompok yang digunakan dalam penelitian tergolong sudah cukup baik.

b. Tingkat Kecenderungan

Dari 10 butir pernyataan tentang komunikasi kelompok yang dinilai terhadap 300 sampel penelitian terlihat adanya variasi atas beberapa pilihan pernyataan. Pilihan pernyataan atas komunikasi kelompok menyebar pada pernyataan sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Dari analisis data yang telah dilakukan, maka dengan menggunakan rumus klasifikasi kategori

yang dikemukakan sebelumnya di atas, diperoleh hasil kecenderungan pernyataan tentang komunikasi kelompok teman sebaya sebagai berikut :

1. Rendah = $(M-1SD)$
 $= (25-1(5))$
 $= <20$
2. Sedang = $(M-1SD)$ s.d $(M+1SD)$
 $= (25-1(5))$ s.d $(25+1(5))$
 $= 20$ s.d. 30
3. Tinggi = $(M+1SD)$
 $= (25+1(5))$
 $= >30$

Selanjutnya variabel komunikasi kelompok akan dikategorikan dalam tiga kategori sebagai berikut :

Tabel 4.18 : Kecenderungan Kategori Kelompok Komunikasi Kelompok

Komunikasi Kelompok (X_1)				
KOMUNIKASI KELOMPOK (X_1)		Frekuensi	Persentasi	Persentasi Kumulatif
Klasifikasi kelompok	KLP RENDAH ($M - 1SD$)	0	0 %	0
	$(M - 1SD) < KLP$ SEDANG $> (M + 1SD)$	200	66.67 %	66.67
	KLP TINGGI ($M + 1SD$)	100	33.33 %	100.00
	Total	300	100.00	

Data pada tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 33.33 % siswa memiliki komunikasi kelompok yang baik, 66.67% siswa memiliki komunikasi kelompok sedang atau baik dan 0% siswa memiliki komunikasi kelompok yang rendah atau kurang baik. Distribusi skor empirik untuk pernyataan komunikasi kelompok teman sebaya ini menyebar antara skor terendah 20 sampai skor tertinggi 38. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi

kelompok siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu berada pada kategori sedang.

3. Penggunaan Media Sosial (X_2)

Data variabel penggunaan media sosial (X_2) terdiri dari tiga indikator yaitu 1) efek, 2) konsekuensi, dan 3) konsefek. Data variabel penggunaan media sosial (X_2) berjumlah 300. Gambaran umum jawaban pernyataan yang diberikan responden atas beberapa deskriptor dijelaskan melalui hasil analisis statistik deskriptif. Setelah skor dikomposit maka terdapat skor terendah 24, skor tertinggi 76, rata-rata hitung (*Mean*) 47.22, median (*Me*) 46, modus (*mode*) 43. varians (*variance*) 92.221, simpangan baku (*standart deviasi*) 9.603.

Dengan menggunakan aturan Sturges, maka distribusi frekuensi dapat ditentukan sebagai berikut :

1. Menghitung Jumlah Kelas Interval : $K = 1 + 3,3 \log n$

$$= 1 + 3,3 \log 300$$

$$= 1 + 3,3 (2,477)$$

$$= 1 + 8.1745$$

$$= 9, 1745 \text{ (digenapkan 10)}$$
2. Menghitung Rentang Data = (rentang data/jumlah kelas)
$$= (76-24)+1$$

$$=53$$
3. Menghitung Panjang Kelas interval = Rentang data dibagi jumlah kelas, yaitu : $53 / 10 = 5.3$ (digenapkan 5).

Berikut disajikan sebaran data dan tingkat kecenderungan data penggunaan media sosial sebagai berikut :

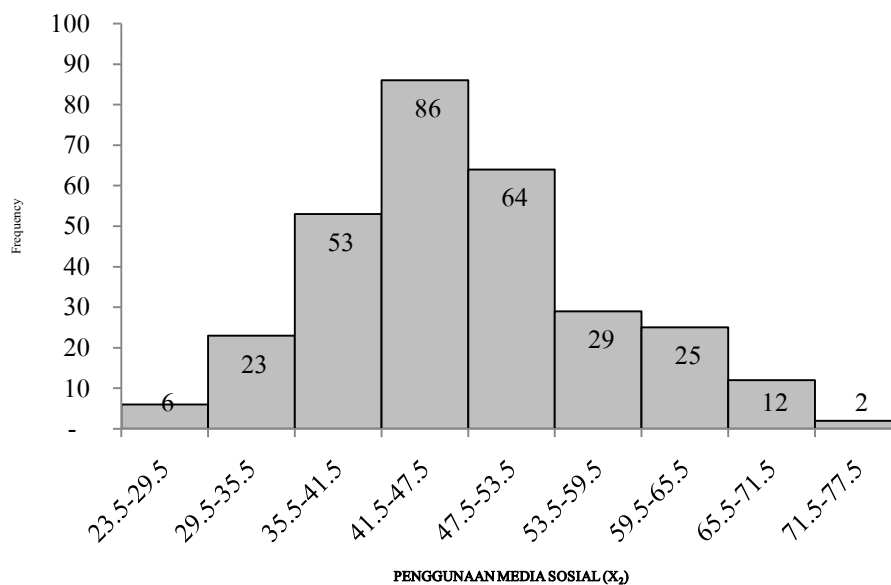
1. Sebaran Data dan Distribusi Frekuensi Skor Penggunaan Media Sosial

Sebaran data dan distribusi frekuensi skor variabel penggunaan media sosial dapat dilihat melalui Tabel 4.18 berikut:

Tabel 4.19 : Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Media Sosial (X_2)

No	Rentang Kelas	Frekuensi	Persentasi
1	23.5 - 29.5	6	2.00%
2	29.5 - 35.5	23	7.67%
3	35.5 - 41.5	53	17.67%
4	41.5 - 47.5	86	28.67%
5	47.5 - 53.5	64	21.33%
6	53.5 - 59.5	29	9.67%
7	59.5 - 65.5	25	8.33%
8	65.5 - 71.5	12	4.00%
9	71.5 - 77.5	2	0.67%
	Total	300	100.0

Tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa sampel yang berada pada skor tertinggi terdapat pada kelas interval 71.5 – 77.5 sebanyak 2 orang (0.67%), sampel yang berada pada skor terendah terdapat pada kelas interval 23.5 – 29.5 sebanyak 6 orang (2.00%), dan skor terbanyak terdapat pada kelas interval 41.5 – 47.5 sebanyak 86 orang (28.67%). Distribusi frekuensi skor variabel penggunaan media sosial ditampilkan pada gambar 4.3 histogram berikut:



Gambar 4.3. Grafik Histogram Penggunaan Media Sosial

Untuk mengetahui penggunaan media sosial dilakukan dengan cara membandingkan *mean* dan standar deviasi skor empirik dengan *mean* dan skor ideal. Skor terendah data empirik diketahui 24 dan skor tertinggi 76 serta *mean* skor data empirik 47.22 Sedangkan skor minimum ideal adalah 19 dan skor maksimum ideal adalah 76, sehingga rata-rata skor ideal adalah $\frac{1}{2} (19 + 76) = 47.5$. Dengan demikian berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui rata-rata skor empirik sebesar 47.22, lebih rendah dari pada rata-rata skor ideal 47.5. Temuan ini dapat dimaknai bahwa penggunaan media sosial siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu yang dinilai dengan menggunakan indikator variabel yang dituangkan dalam instrumen penggunaan media sosial yang digunakan dalam penelitian ini tergolong kurang baik dalam pemanfaatannya.

2. Tingkat Kecenderungan

Dari 19 butir pernyataan tentang penggunaan media sosial yang dinilai terhadap 300 sampel penelitian terlihat adanya variasi atas beberapa pilihan pernyataan. Pilihan pernyataan atas penggunaan media sosial menyebar pada pernyataan sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Dari analisis data

yang telah dilakukan, maka dengan menggunakan rumus klasifikasi kategori yang dikemukakan sebelumnya di atas, diperoleh hasil kecenderungan pernyataan tentang penggunaan media sosial sebagai berikut :

1. Rendah = $(M-1SD)$
 $= (47.5-1(9.5))$
 $= <38$
2. Sedang = $(M-1SD)$ s.d $(M+1SD)$
 $= (47.5-1(9.5))$ s.d $(47.5+1(9.5))$
 $= 38$ s.d. 57
3. Tinggi = $(M+1SD)$
 $= (47.5+1(9.5))$
 $= >57$

Selanjutnya variabel penggunaan media sosial akan dikategorikan dalam tiga kategori sebagai berikut :

Tabel 4.20 : Kecenderungan Kategori Kelompok Penggunaan Media Sosial

Penggunaan Media Sosial (X₂)				
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL (X₂)		Frekuensi	Persentasi	Persentasi Kumulatif
Klasifikasi kelompok	KLP RENDAH (M - 1SD)	43	14.33 %	14.33
	(M - 1SD) < KLP SEDANG > (M + 1SD)	210	70.00 %	84.33
	KLP TINGGI (M + 1SD)	47	15.67 %	100.00
	Total	300	100.00	

Data pada tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 15.67 % siswa menyatakan bahwa penggunaan media sosial berada pada kelompok kategori tinggi, 70.00% siswa menyatakan bahwa penggunaan media sosial berada pada kelompok kategori sedang atau baik dan 14.33% siswa menyatakan bahwa penggunaan media sosial berada pada kelompok kategori rendah atau kurang baik. Distribusi skor empirik untuk pernyataan penggunaan media sosial ini menyebar

antara skor terendah 24 sampai skor tertinggi 76. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu berada pada kategori sedang.

4. Penggunaan *Search Engine* (X_3)

Data variabel penggunaan *search engine* (X_3) terdiri dari tiga indikator yaitu 1) penemuan dalam teknologi komunikasi, 2) perubahan dalam jenis komunikasi, dan 3) peralatan untuk komunikasi. Data variabel penggunaan *search engine* (X_3) berjumlah 300. Gambaran umum jawaban pernyataan yang diberikan responden atas beberapa deskriptor dijelaskan melalui hasil analisis statistik deskriptif. Setelah skor dikomposit maka terdapat skor terendah 12, skor tertinggi 48, rata-rata hitung (*Mean*) 27.59, median (*Me*) 27, modus (*mode*) 28. varians (*variance*) 40.009, dan simpangan baku (*standart deviasi*) 6.325.

Dengan menggunakan aturan Sturges, maka distribusi frekuensi dapat ditentukan sebagai berikut :

1. Menghitung Jumlah Kelas Interval : $K = 1 + 3,3 \log n$

$$= 1 + 3,3 \log 300$$

$$= 1 + 3,3 (2,477)$$

$$= 1 + 8.1745$$

$$= 9, 1745 \text{ (digenapkan 10)}$$
2. Menghitung Rentang Data = (rentang data/jumlah kelas)
$$= (48-12)+1$$

$$=37$$
3. Menghitung Panjang Kelas interval = Rentang data dibagi jumlah kelas, yaitu : $37 / 10 = 3.7$ (digenapkan 4).

Berikut disajikan sebaran data dan tingkat kecenderungan data penggunaan *search engine* sebagai berikut :

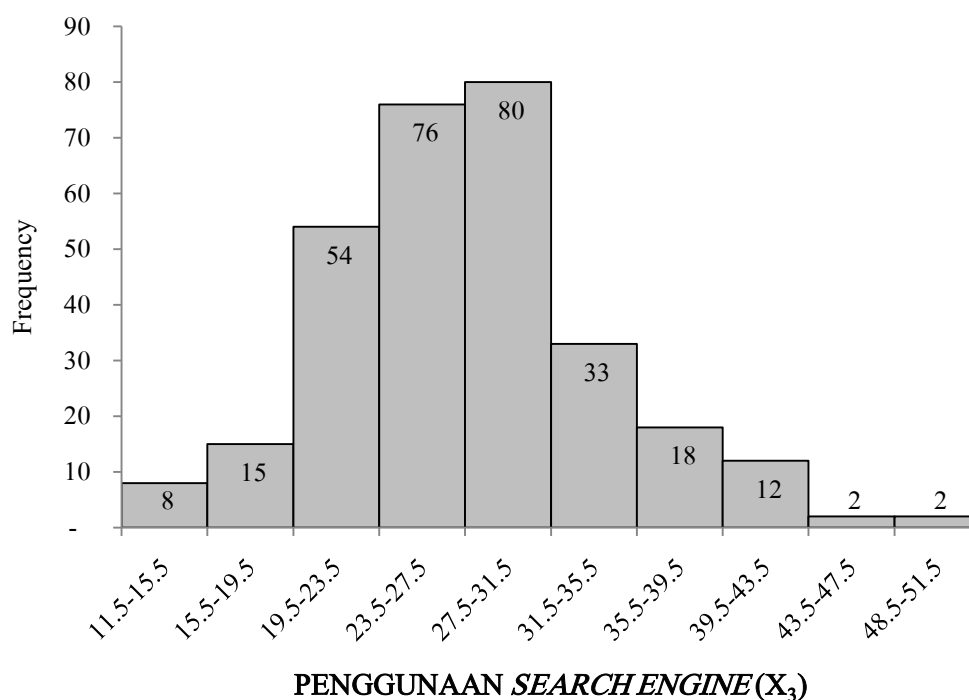
a. Sebaran Data dan Distribusi Frekuensi Skor Penggunaan *Search Engine*

Sebaran data dan distribusi frekuensi skor variabel penggunaan *search engine* dapat dilihat melalui Tabel 4.21 berikut:

Tabel 4.21 : Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan *Search Engine* (X_3)

No	Rentang Kelas	Frekuensi	Persentasi
1	11.5-15.5	8	2.67%
2	15.5-19.5	15	5.00%
3	19.5-23.5	54	18.00%
4	23.5-27.5	76	25.33%
5	27.5-31.5	80	26.67%
6	31.5-35.5	33	11.00%
7	35.5-39.5	18	6.00%
8	39.5-43.5	12	4.00%
9	43.5-47.5	2	0.67%
10	48.5-51.5	2	0.67%
	Total	300	100.0

Tabel 4.18. di atas menunjukkan bahwa sampel yang berada pada skor tertinggi terdapat pada kelas interval 48.5 – 51.5 sebanyak 2 orang (0.67%), sampel yang berada pada skor terendah terdapat pada kelas interval 11.5 – 15.5 sebanyak 8 orang (2.67%), dan skor terbanyak terdapat pada kelas interval 27.5 – 31.5 sebanyak 80 orang (26.67%). Distribusi frekuensi skor variabel penggunaan *search engine* ditampilkan pada gambar 4.4 histogram berikut:



Gambar 4.4. Grafik Histogram Penggunaan Search Engine

Untuk mengetahui penggunaan *search engine* dilakukan dengan cara membandingkan *mean* dan standar deviasi skor empirik dengan *mean* dan skor ideal. Skor terendah data empirik diketahui 12 dan skor tertinggi 48 serta *mean* skor data empirik 27.59. Sedangkan skor minimum ideal adalah 12 dan skor maksimum ideal adalah 48, sehingga rata-rata skor ideal adalah $\frac{1}{2} (12 + 48) = 30$. Dengan demikian berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui rata-rata skor empirik sebesar 27.59, lebih rendah dari pada rata-rata skor ideal 30. Temuan ini dapat dimaknai bahwa penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu yang dinilai dengan menggunakan indikator variabel yang dituangkan dalam instrumen penggunaan *search engine* yang digunakan dalam penelitian tergolong kurang baik.

b. Tingkat Kecenderungan

Dari 12 butir pernyataan tentang penggunaan *search engine* yang dinilai terhadap 300 sampel penelitian terlihat adanya variasi atas beberapa pilihan pernyataan. Pilihan pernyataan atas penggunaan *search engine* menyebar pada pernyataan sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Dari analisis data

yang telah dilakukan, maka dengan menggunakan rumus klasifikasi kategori yang dikemukakan sebelumnya di atas, diperoleh hasil kecenderungan pernyataan tentang penggunaan *search engine* sebagai berikut :

4. Rendah = $(M-1SD)$
 $= (30-1(6))$
 $= <24$
5. Sedang = $(M-1SD)$ s.d $(M+1SD)$
 $= (30-1(6))$ s.d $(30+1(6))$
 $= 24$ s.d. 36
6. Tinggi = $(M+1SD)$
 $= (30+1(6))$
 $= >36$

Selanjutnya variabel penggunaan *search engine* akan dikategorikan dalam tiga kategori sebagai berikut :

Tabel 4.22 : Kecenderungan Kategori Kelompok Penggunaan *Search Engine*

Penggunaan <i>Search Engine</i> (X_3)				
PENGUNAAN <i>SEARCH ENGINE</i> (X_3)		Frekuensi	Persentasi	Persentasi Kumulatif
Klasifikasi kelompok	KLP RENDAH (M - 1SD)	77	25.67 %	25.67
	(M - 1SD) < KLP SEDANG > (M + 1SD)	194	64.67 %	90.34
	KLP TINGGI (M + 1SD)	29	9.66 %	100.00
	Total	300	100.00	

Data pada tabel 4.9. di atas menunjukkan bahwa sebanyak 9.66 % siswa menyatakan bahwa penggunaan *search engine* berada pada kelompok kategori tinggi, 64.67% siswa menyatakan bahwa penggunaan *search engine* berada pada kelompok kategori sedang atau baik dan 25.67% siswa menyatakan bahwa penggunaan *search engine* berada pada kelompok kategori rendah atau kurang baik. Distribusi skor empirik untuk pernyataan penggunaan media sosial ini

menyebar antara skor terendah 12 sampai skor tertinggi 48. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu berada pada kategori sedang.

D. Pengujian Persyaratan Analisis

Syarat analisis jalur (*Path Analysis*) adalah estimasi antara variabel eksogen terhadap variabel endogen bersifat linier, dengan demikian persyaratan yang berlaku pada analisis regresi dengan sendirinya juga berlaku pada persyaratan analisis jalur. Adapun pengujian analisis yang dilakukan adalah:

1. Uji normalitas
2. Uji homogenitas
3. Uji linieritas dan signifikansi koefisien regresi.

1. Pengujian Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik. Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang berdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.

Pada penelitian ini uji normalitas data yang digunakan adalah dengan metode *One Sampel Kolmogorov smirnov*. Hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut:

Ho: Data berdistribusi normal, jika signifikansi > 0.05

Ha : Data tidak berdistribusi normal, jika signifikansi < 0.05

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas data yang dilakukan pada variabel penelitian komunikasi kelompok (X_1), penggunaan media social (X_2), penggunaan *search engine* (X_3), dan variabel akhlak siswa (X_4) maka di dapat hasil sebagai berikut :

a. Uji Normalitas Data Komunikasi Kelompok

Setelah dilakukan uji normalitas variabel komunikasi kelompok dengan menggunakan SPSS 18 *for Windows*, dihasilkan signifikansi dari uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.23 yaitu :

Tabel 4.23 : Hasil Uji Normalitas Komunikasi Kelompok

Metode Kolmogorov Simirnov	Komunikasi Kelompok
<i>Sig.</i>	0.060

Untuk mengetahui apakah data diatas berdistribusi normal apa tidak maka dapat dilihat dari nilai signifikansi. Jika signifikansi kurang dari 0.05, maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0.05, maka data berdistribusi normal. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk data komunikasi kelompok adalah 0.060. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel komunikasi kelompok berdistribusi normal.

b. Uji Normalitas Data Penggunaan Media Sosial

Setelah dilakukan uji normalitas variabel penggunaan media sosial dengan menggunakan SPSS 18 *for Windows*, dihasilkan signifikansi dari uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.24 yaitu :

Tabel 4.24 : Hasil Uji Normalitas Penggunaan Media Sosial

Metode Kolmogorov Simirnov	Penggunaan Media Sosial
<i>Sig.</i>	0.364

Untuk mengetahui apakah data diatas berdistribusi normal apa tidak maka dapat dilihat dari nilai signifikansi. Jika signifikansi kurang dari 0.05, maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0.05, maka data berdistribusi normal. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai

signifikansi untuk data penggunaan media sosial adalah 0.364. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel penggunaan media sosial berdistribusi normal.

c. Uji Normalitas Data Penggunaan *Search Engine*

Setelah dilakukan uji normalitas variabel penggunaan *search engine* dengan menggunakan SPSS 18 *for Windows*, dihasilkan signifikansi dari uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.25 yaitu :

Tabel 4.25 : Hasil Uji Normalitas Penggunaan *Search Engine*

Metode Kolmogorov Smirnov	Penggunaan <i>Search Engine</i>
<i>Sig.</i>	0.080

Untuk mengetahui apakah data diatas berdistribusi normal apa tidak maka dapat dilihat dari nilai signifikansi. Jika signifikansi kurang dari 0.05, maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0.05, maka data berdistribusi normal. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk data penggunaan *search engine* adalah 0.080. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel penggunaan *search engine* berdistribusi normal.

d. Uji Normalitas Data Akhlak Siswa

Setelah dilakukan uji normalitas variabel akhlak siswa dengan menggunakan SPSS 18 *for Windows*, dihasilkan signifikansi dari uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.26 yaitu :

Tabel 4.26 : Hasil Uji Normalitas Akhlak Siswa

Metode Kolmogorov Smirnov	Akhlak Siswa
<i>Sig.</i>	0.054

Untuk mengetahui apakah data diatas berdistribusi normal apa tidak maka dapat dilihat dari nilai signifikansi. Jika signifikansi kurang dari 0.05, maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0.05, maka data berdistribusi normal. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk data akhlak siswa adalah 0.054. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel akhlak siswa adalah berdistribusi normal. Rangkuman hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.27 : Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas

No	Variabel	N	Asymp. Sig.	Sig	Keputusan
1	Komunikasi kelompok	300	0.060	0.05	Normal
2	Penggunaan media sosial	300	0.295	0.05	Normal
3	Penggunaan search engine	300	0.075	0.05	Normal
4	Akhlak siswa	300	0.054	0.05	Normal

Berdasarkan hasil-hasil yang diperoleh sebagaimana terangkum pada tabel di atas dapat dinyatakan bahwa dengan terujinya normalitas data dari masing-masing variabel yang diprediksi maka penggunaan teknik analisis jalur dapat dipenuhi

2. Pengujian Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui bahwa data dari setiap skor berasal dari populasi yang mempunyai varians sama atau berbeda. Pengujian homogenitas varians menggunakan Uji Bartlett.

Proses pengujian yang ditempuh adalah pertama-tama mengelompokkan data variabel endogenus berdasarkan kesamaan data variabel eksogen selanjutnya dihitung nilai dk , $1/dk$, varians s^2 , $(dk) \cdot \log S^2$, $(dk)S^2$. Hasil perhitungan uji homogenitas varians adalah sebagai berikut:

- a. **Uji Homogenitas Varians Akhlak Siswa (X_4) terhadap Komunikasi Kelompok (X_1)**

Hasil perhitungan untuk pengujian homogenitas varians akhlak siswa (X_4) terhadap komunikasi kelompok (X_1) diperoleh χ^2 hitung = 514.72; sementara pada tabel dengan dk = 521 pada $\alpha = 0,05$ diperoleh χ^2 tabel = 575.2, karena χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel, maka H_0 diterima yang berarti varians akhlak siswa (X_4) terhadap komunikasi kelompok (X_1) adalah homogen.

b. Uji Homogenitas Varians Penggunaan *Search Engine* (X_3) terhadap Komunikasi Kelompok (X_1)

Hasil perhitungan untuk pengujian homogenitas varians penggunaan *search engine* (X_3) terhadap komunikasi kelompok (X_1) diperoleh χ^2 hitung = 97.60; sementara pada tabel dengan dk = 549 pada $\alpha = 0,05$ diperoleh χ^2 tabel = 604.6; karena χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel, maka H_0 diterima yang berarti varians penggunaan *search engine* (X_3) terhadap terhadap komunikasi kelompok (X_1) adalah homogen.

c. Uji Homogenitas Varians Akhlak Siswa (X_4) terhadap Penggunaan Media Sosial (X_2)

Hasil perhitungan untuk pengujian homogenitas varians akhlak siswa (X_4) terhadap penggunaan media sosial (X_2) diperoleh χ^2 hitung = 96.72; sementara pada tabel dengan dk = 494 pada $\alpha = 0,05$ diperoleh χ^2 tabel = 546.8; karena χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel, maka H_0 diterima yang berarti varians akhlak siswa (X_4) terhadap penggunaan media sosial (X_2) adalah homogen.

d. Uji Homogenitas Varians Penggunaan *Search Engine* (X_3) terhadap Penggunaan Media Sosial (X_2)

Hasil perhitungan untuk pengujian homogenitas varians penggunaan *search engine* (X_3) terhadap penggunaan media sosial (X_2) diperoleh χ^2 hitung = 29.15; sementara pada tabel dengan dk = 522 pada $\alpha = 0,05$ diperoleh χ^2 tabel = 576.3; karena χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel, maka H_0 diterima yang berarti varians penggunaan *search engine* (X_3) terhadap penggunaan media sosial (X_2) adalah homogen.

e. Uji Homogenitas Varians Akhlak Siswa (X_4) terhadap Penggunaan *Search Engine* (X_3)

Hasil perhitungan untuk pengujian homogenitas varians akhlak siswa (X_4) terhadap penggunaan *search engine* (X_3) diperoleh χ^2 hitung = 218.24; sementara pada tabel dengan dk = 508 pada $\alpha = 0,05$ diperoleh χ^2 tabel = 561.5; karena χ^2 hitung < χ^2 tabel, maka H_0 diterima yang berarti varians akhlak siswa (X_4) terhadap penggunaan *search engine* (X_3) adalah homogen.

Rangkuman Hasil analisis Uji Homogenitas dari keempat variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.28 : Rangkuman Hasil Uji Homogenitas

dk	Variabel	S^2	B	χ^2_{hit}	χ^2_{tab}	Keputusan
266	X_4 terhadap X_1	139.88	1.117	514.72	575.2	Homogen
279	X_3 terhadap X_1	26.07	777.43	97.60	604.6	Homogen
257	X_4 terhadap X_2	181.83	1.116	96.72	546.8	Homogen
276	X_3 terhadap X_2	59.88	928	29.15	576.3	Homogen
264	X_4 terhadap X_3	158.35	1.117	218.24	561.5	Homogen

Berdasarkan hasil rangkuman analisis homogenitas pada tabel di atas, dapat dikatakan bahwa sampel dalam penelitian ini memiliki karakter yang sama secara empiris terhadap permasalahan yang dikaji. Dengan demikian persyaratan untuk penggunaan analisis jalur terpenuhi.

3. Pengujian Linieritas dan Keberartian Regresi

Pengujian linieritas dimaksudkan untuk mengetahui sebaran data dari dua buah variabel yang saling berinteraksi (terestimasi) dalam membentuk garis linier. Pembuktian uji linieritas dapat dilihat dari nilai F_{hitung} keberartian/signifikan. Jika nilai F_{hitung} pada hasil analisis keberartian menunjukkan lebih besar dari nilai F_{tabel} maka variabel yang saling terestimasi dinyatakan signifikan dan selanjutnya jika nilai F_{hitung} pada hasil analisis linier lebih kecil dari pada nilai F_{tabel} maka variabel

yang saling terestimasi dinyatakan linier. Jika tidak demikian maka dinyatakan masing-masing variabel yang terestimasi tidak dinyatakan linier dan signifikan. Perhitungan Pengujian linieritas menggunakan SPSS 18 *for Windows* dengan uraian dari masing masing variabel yang terestimasi dikemukakan sebagai berikut:

a. Uji Linieritas Akhlak Siswa (X₄) terhadap Komunikasi Kelompok (X₁)

Persamaan regresi variabel akhlak siswa (X₄) terhadap komunikasi kelompok (X₁) adalah $\bar{X}_4 = 17.851 + 1.276 X_1$. Untuk mengetahui apakah persamaan regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel akhlak siswa yang dipengaruhi oleh variabel komunikasi kelompok maka dapat dilakukan dengan membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} atau membandingkan signifikansi dengan $\alpha = 0.05$. Ringkasan hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.29 : Uji Linieritas Akhlak Siswa Terhadap Komunikasi Kelompok

Hasil Perhitungan	Nilai
t_{hitung}	4.646
F_{hitung}	21.582
Signifkansi	0.000

Untuk menguji kevalidan persamaan regresi $\bar{X}_4 = 17.851 + 1.276 X_1$ ini dapat dilakukan dengan cara melihat hasil uji t. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan yaitu $n-2=298$. Hasil t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97. Hasil perhitungan menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4.646 > 1.97$). Dari hasil tersebut, maka H_0 yang menyatakan bahwa regresi tidak linier ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan $\bar{X}_4 = 17.851 + 1.276 X_1$ memiliki hubungan linier pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

Uji keberartian persamaan regresi dikonsultasikan dengan uji F untuk derajat kebebasan pembilang 1 dan derajat kebebasan penyebut $n - 2 = 298$ pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ sebesar 3,87 dan hasil perhitungan menunjukkan $F_{hitung} = 21.582$. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21.582 > 3,87$). Selanjutnya dari nilai probabilitas pada taraf signifikansi 0.05 adalah 0.000. Ternyata

0.000<0.05. Dari perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} serta signifikansi dan α maka H_0 yang menyatakan regresi tidak berarti ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, persamaan regresi $\bar{X}_4 = 17.851+1.276 X_1$ dinyatakan berarti pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan dapat dijadikan sebagai alat prediksi untuk melihat perubahan yang terjadi pada variabel akhlak siswa (X_4) dikarenakan adanya perubahan pada variabel komunikasi kelompok (X_1).

b. Uji Linieritas Penggunaan *Search Engine* (X_3) terhadap Komunikasi Kelompok (X_1)

Persamaan regresi variabel penggunaan *search engine* (X_3) terhadap komunikasi kelompok (X_1) adalah $\bar{X}_3 = 16.999+0.365 X_1$. Untuk mengetahui apakah persamaan regresi dapat digunakan untuk memprediksi variable penggunaan *search engine* yang dipengaruhi oleh variabel komunikasi kelompok maka dapat dilakukan dengan membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} atau membandingkan signifikansi dengan $\alpha = 0.05$. Ringkasan hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.30 : Uji Linieritas Penggunaan *Search Engine* Terhadap Komunikasi Kelompok

Hasil Perhitungan	Nilai
t_{hitung}	5.620
F_{hitung}	12.425
Signifikansi	0.000

Untuk menguji kevalidan persamaan regresi $\bar{X}_3 = 16.999+0.365 X_1$ ini dapat dilakukan dengan cara melihat hasil uji t. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan yaitu $n-2=298$. Hasil t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97. Hasil perhitungan menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5.620 > 1.97$). Dari hasil tersebut, maka H_0 yang menyatakan bahwa regresi tidak linier ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan $\bar{X}_3 = 16.999+0.365 X_1$ memiliki hubungan linier pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

Uji keberartian persamaan regresi dikonsultasikan dengan uji F untuk derajat kebebasan pembilang 1 dan derajat kebebasan penyebut $n - 2 = 298$ pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ sebesar 3,87 dan hasil perhitungan menunjukkan $F_{hitung} = 12.425$. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($12.425 > 3,87$). Selanjutnya dari nilai probabilitas pada taraf signifikansi 0.05 adalah 0.000. Ternyata $0.000 < 0.05$. Dari perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} serta signifikansi dan α maka H_0 yang menyatakan regresi tidak berarti ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, persamaan regresi $\bar{X}_3 = 16.999 + 0.365 X_1$ dinyatakan berarti pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan dapat dijadikan sebagai alat prediksi untuk melihat perubahan yang terjadi pada variabel penggunaan *search engine* (X_3) dikarenakan adanya perubahan pada variabel komunikasi kelompok (X_1).

c. Uji Linieritas Akhlak Siswa (X_4) terhadap Komunikasi Penggunaan Media Sosial (X_2)

Persamaan regresi variabel akhlak siswa (X_4) terhadap penggunaan media sosial (X_2) adalah $\bar{X}_4 = 26.590 + 0.598 X_2$. Untuk mengetahui apakah persamaan regresi dapat digunakan untuk memprediksi variable akhlak siswa yang dipengaruhi oleh variable penggunaan media sosial maka dapat dilakukan dengan membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} atau membandingkan signifikansi dengan $\alpha = 0.05$. Ringkasan hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.31 : Uji Linieritas Akhlak Siswa Terhadap Penggunaan Media Sosial

Hasil Perhitungan	Nilai
t_{hitung}	6.193
F_{hitung}	38.358
Signifikansi	0.000

Untuk menguji kevalidan persamaan regresi $\bar{X}_4 = 26.590 + 0.598 X_2$ ini dapat dilakukan dengan cara melihat hasil uji t. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan yaitu $n-2=298$. Hasil t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97. Hasil perhitungan menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6.193 > 1.97$). Dari hasil tersebut, maka H_0 yang

menyatakan bahwa regresi tidak linier ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan $\bar{X}_4 = 26.590 + 0.598 X_2$ memiliki hubungan linier pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

Uji keberartian persamaan regresi dikonsultasikan dengan uji F untuk derajat kebebasan pembilang 1 dan derajat kebebasan penyebut $n - 2 = 298$ pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ sebesar 3,87 dan hasil perhitungan menunjukkan $F_{hitung} = 38.358$. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38.358 > 3,87$). Selanjutnya dari nilai probabilitas pada taraf signifikansi 0.05 adalah 0.000. Ternyata $0.000 < 0.05$. Dari perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} serta signifikansi dan α maka H_0 yang menyatakan regresi tidak berarti ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, persamaan regresi $\bar{X}_4 = 26.590 + 0.598 X_2$ dinyatakan berarti pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan dapat dijadikan sebagai alat prediksi untuk melihat perubahan yang terjadi pada variabel akhlak siswa (X_4) dikarenakan adanya perubahan pada variabel penggunaan media sosial (X_2).

d. Uji Linieritas Penggunaan *Search Engine* (X_3) terhadap Penggunaan Media Sosial (X_2)

Persamaan regresi variabel penggunaan *search engine* (X_3) terhadap penggunaan media sosial (X_2) adalah $\bar{X}_3 = 11.472 + 0.341 X_2$. Untuk mengetahui apakah persamaan regresi dapat digunakan untuk memprediksi variable penggunaan *search engine* yang dipengaruhi oleh variabel penggunaan media social maka dapat dilakukan dengan membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} atau membandingkan signifikansi dengan $\alpha = 0.05$. Ringkasan hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.32 : Uji Linieritas Penggunaan *Search Engine* Terhadap Penggunaan Media Sosial

Hasil Perhitungan	Nilai
t_{hitung}	10.457
F_{hitung}	109.339
Signifikansi	0.000

Untuk menguji kevalidan persamaan regresi $\bar{X}_3 = 11.472 + 0.341 X_2$ ini dapat dilakukan dengan cara melihat hasil uji t. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan yaitu $n-2=298$. Hasil t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97. Hasil perhitungan menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($10.457 > 1.97$). Dari hasil tersebut, maka H_0 yang menyatakan bahwa regresi tidak linier ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan $\bar{X}_3 = 11.472 + 0.341 X_2$ memiliki hubungan linier pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

Uji keberartian persamaan regresi dikonsultasikan dengan uji F untuk derajat kebebasan pembilang 1 dan derajat kebebasan penyebut $n - 2 = 298$ pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ sebesar 3,87 dan hasil perhitungan menunjukkan $F_{hitung} = 109.339$. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($109.339 > 3,87$). Selanjutnya dari nilai probabilitas pada taraf signifikansi 0.05 adalah 0.000. Ternyata $0.000 < 0.05$. Dari perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} serta signifikansi dan α maka H_0 yang menyatakan regresi tidak berarti ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, persamaan regresi $\bar{X}_3 = 11.472 + 0.341 X_2$ dinyatakan berarti pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan dapat dijadikan sebagai alat prediksi untuk melihat perubahan yang terjadi pada variabel penggunaan *search engine* (X_3) dikarenakan adanya perubahan pada variabel komunikasi kelompok (X_1).

e. Uji Linieritas Akhlak Siswa (X_4) terhadap Penggunaan *Search Engine* (X_3)

Persamaan regresi variabel akhlak siswa (X_4) terhadap penggunaan *search engine* (X_3) adalah $\bar{X}_4 = 31.929 + 0.831 X_3$. Untuk mengetahui apakah persamaan regresi dapat digunakan untuk memprediksi variable akhlak siswa yang dipengaruhi oleh variable penggunaan *search engine* maka dapat dilakukan dengan membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} atau membandingkan signifikansi dengan $\alpha = 0.05$. Ringkasan hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.33 : Uji Linieritas Akhlak Siswa Terhadap
Penggunaan *Search Engine***

Hasil Perhitungan	Nilai
t_{hitung}	5.605
F_{hitung}	31.417
Signifikansi	0.000

Untuk menguji kevalidan persamaan regresi $\bar{X}_4 = 31.929+0.831X_3$ ini dapat dilakukan dengan cara melihat hasil uji t. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan yaitu $n-2=298$. Hasil t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97. Hasil perhitungan menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5.605 > 1.97$). Dari hasil tersebut, maka H_0 yang menyatakan bahwa regresi tidak linier ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan $\bar{X}_4 = 31.929+0.831X_3$ memiliki hubungan linier pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

Uji keberartian persamaan regresi dikonsultasikan dengan uji F untuk derajat kebebasan pembilang 1 dan derajat kebebasan penyebut $n - 2 = 298$ pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ sebesar 3,87 dan hasil perhitungan menunjukkan $F_{hitung} = 31.417$. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($31.417 > 3,87$). Selanjutnya dari nilai probabilitas pada taraf signifikansi 0.05 adalah 0.000. Ternyata $0.000 < 0.05$. Dari perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} serta signifikansi dan α maka H_0 yang menyatakan regresi tidak berarti ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, persamaan regresi $\bar{X}_4 = 31.929+0.831X_3$ dinyatakan berarti pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan dapat dijadikan sebagai alat prediksi untuk melihat perubahan yang terjadi pada variabel akhlak siswa (X_4) dikarenakan adanya perubahan pada variabel penggunaan *search engine* (X_3).

Rangkuman hasil perhitungan uji linieritas dan keberartian/signifikansi variabel endogen atas variabel eksogen pada masing-masing variabel yang terestimasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 34: Rangkuman Analisis Linieritas dan Keberartian

Variabel Estimasi	Nilai t_{hitung}	T_{tabel} 0.05	T_{tabel} 0.01	Keputusan
	Nilai F_{hitung}	F_{tabel} 0,05	F_{tabel} 0,01	
X ₄ terhadap X ₁	4.646	1.97	2.59	Linier
	21.582	3.87	6.72	Signifikan /Memiliki keberartian
X ₃ terhadap X ₁	5.620	1.97	2.59	Linier
	12.425	3.87	6.72	Signifikan /Memiliki keberartian
X ₄ terhadap X ₂	6.193	1.97	2.59	Linier
	38.358	3.87	6.72	Signifikan /Memiliki keberartian
X ₃ terhadap X ₂	10.457	1.97	2.59	Linier
	109.339	3.87	6.72	Signifikan /Memiliki keberartian
X ₄ terhadap X ₃	5.605	1.97	2.59	Linier
	31.417	3.87	6.72	Signifikan /Memiliki keberartian

Berdasarkan hasil-hasil yang diperoleh sebagaimana terangkum pada tabel di atas dapat dinyatakan bahwa dengan terujinya linieritas dan keberartian masing-masing jalur yang diprediksi maka penggunaan teknik analisis jalur dapat dipenuhi.

E. Analisis Model

Untuk memperoleh nilai parameter koefisien pengaruh dari masing-masing jalur yang terdapat pada model, diperlukan langkah-langkah sebagai berikut¹⁶⁰:

1. Menghitung koefisien korelasi diantara variabel dan mensubstitusikannya ke dalam persamaan rekursif
2. Menghitung nilai koefisien signifikansi (*t-values*) pada masing-masing koefisien korelasi.

¹⁶⁰Mukhtar, Hapzi Ali dan Mardalena, *Efektivitas Pimpinan: Kepemimpinan Transformatif dan Komitmen Organisasi* (Yogyakarta:Deepublish, 2016), h. 103-104.

3. Mencari persamaan rekursif masing-masing pada sub struktur model
4. Menghitung nilai koefisien jalur antar variabel dengan bantuan matrik determinan.
5. Menghitung nilai koefisien signifikansi (*t-values*) pada masing-masing jalur
6. Menguji Fit Model, kesesuaian model dengan data yang dianalisis.
7. Menghitung nilai koefisien pengaruh tidak langsung dan pengaruh total

Analisis jalur yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur model *trimming*. Model *trimming* adalah model yang digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variabel yang koefisien jalurnya tidak signifikan. Analisis jalur model *trimming* diterapkan ketika koefisien jalur diuji secara keseluruhan ternyata ada variabel yang tidak signifikan. Adapun cara menggunakan model *trimming* tersebut yaitu dengan menghitung ulang koefisien jalur tanpa menyerakan variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan.¹⁶¹

Salah satu persyaratan penting dan harus dipenuhi adalah adanya korelasi yang signifikan antara variabel-variabel terkait. Korelasi antar variabel tersebut dihitung dengan koefisien korelasi dengan menggunakan perangkat lunak komputer SPSS versi 18. Hasil analisis korelasi antar variabel atau langkah-langkah analisis model pada poin (1 dan 2), dapat dilihat dari rangkuman hasil analisis pada tabel 4.32 berikut:

¹⁶¹ Nidjo Sandjojo, *Metode ...*, h. 96-97.

Tabel 4.35 : Rangkuman Analisis Koefisien Korelasi dan Signifikansi.

Matrik		Koefisien Korelasi			
		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄
Koefisien Korelasi	X ₁	1	0.225	0.200	0.260
	X ₂	0.225	1	0.518	0.338
	X ₃	0.200	0.518	1	0.309
	X ₄	0.260	0.338	0.309	1
Matrik		Koefisien t Signifikansi (t _{hitung})			
		t ₁	t ₂	t ₃	t ₄
Koefisien t _{hitung} =	t ₁	1	3.986	3.524	4.648
	t ₂	3.986	1	10.454	6.200
	t ₃	3.542	10.454	1	6.418
	t ₄	4.648	6.200	6.418	1
t _{table} (0,05)	1,97	Dinyatakan Signifikan: Jika : t _{hitung} > t _{tabel}			
t _{table} (0,01)	2,59				

Berdasarkan rangkuman analisis koefisien korelasi di atas dapat dijelaskan bahwa, korelasi antara komunikasi kelompok (X₁) dengan penggunaan media sosial (X₂) sebesar 0.225, sedangkan nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 3.986 sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97, berarti t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} (3.986 > 1.97). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa korelasi antara komunikasi kelompok (X₁) dan penggunaan media sosial (X₂) dinyatakan signifikan.

Korelasi antara komunikasi kelompok (X₁) dengan penggunaan *search engine* (X₃) sebesar 0.200, sedangkan nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 3.524 sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97, berarti t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} (3.524 > 1.97). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa korelasi antara komunikasi kelompok teman sebaya (X₁) dan penggunaan *search engine* (X₃) dinyatakan signifikan.

Selanjutnya korelasi antara komunikasi kelompok (X₁) dengan akhlak siswa (X₄) sebesar 0,260, sedangkan nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 4.648, sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97, berarti t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} (4.648 > 1.97). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

korelasi antara komunikasi kelompok (X_1) dan akhlak siswa (X_4) dinyatakan signifikan.

Korelasi antara penggunaan media sosial (X_2) dengan penggunaan *search engine* (X_3) sebesar 0.518, sedangkan nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 10.454, sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97, berarti t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($10.454 > 1.97$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa korelasi antara penggunaan media sosial (X_2) dan penggunaan *search engine* (X_3) dinyatakan signifikan.

Berikutnya korelasi antara penggunaan media sosial (X_2) dengan akhlak siswa (X_4) sebesar 0.338, sedangkan nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 6.200, sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97, berarti t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($6.200 > 1.97$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa korelasi antara penggunaan media sosial (X_2) dan akhlak siswa (X_4) dinyatakan signifikan.

Kemudian korelasi antara penggunaan *search engine* (X_3) dengan akhlak siswa (X_4) sebesar 0.309, sedangkan nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 6.418, sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97, berarti t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($6.418 > 1.97$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa korelasi antara penggunaan *search engine* (X_3) dan akhlak siswa (X_4) dinyatakan signifikan.

Setelah memperoleh nilai koefisien korelasi dan koefisien signifikan masing-masing variabel, selanjutnya menghitung koefisien jalur dengan cara mensubstitusikan nilai koefisien korelasi ke dalam persamaan rekursif yang telah ditentukan sebelumnya. Melalui perhitungan determinan matrik, diperoleh nilai koefisien masing-masing jalur. Selanjutnya menghitung nilai koefisien t_{hitung} pada koefisien jalur, guna mengetahui signifikansi pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Terkait dengan adanya pembagian model pada sub struktur model pertama dan sub struktur model kedua, dapat dijelaskan bahwa, untuk nilai koefisien jalur pada sub struktur model pertama adalah jalur yang menghubungkan variabel komunikasi kelompok (X_1) terhadap variabel penggunaan *search engine* (X_3) dan kemudian jalur yang menghubungkan

variabel penggunaan media sosial (X_2) terhadap variabel penggunaan *search engine* (X_3).

Untuk nilai koefisien jalur pada sub struktur model kedua adalah jalur yang menghubungkan variabel komunikasi kelompok (X_1) terhadap variabel akhlak siswa (X_4), jalur yang menghubungkan variabel penggunaan media sosial (X_2) terhadap variabel akhlak siswa (X_4) dan selanjutnya jalur yang menghubungkan penggunaan *search engine* (X_3) terhadap variabel akhlak siswa (X_4).

1. Analisis Pengaruh Langsung Pada sub Sruktur Model Pertama

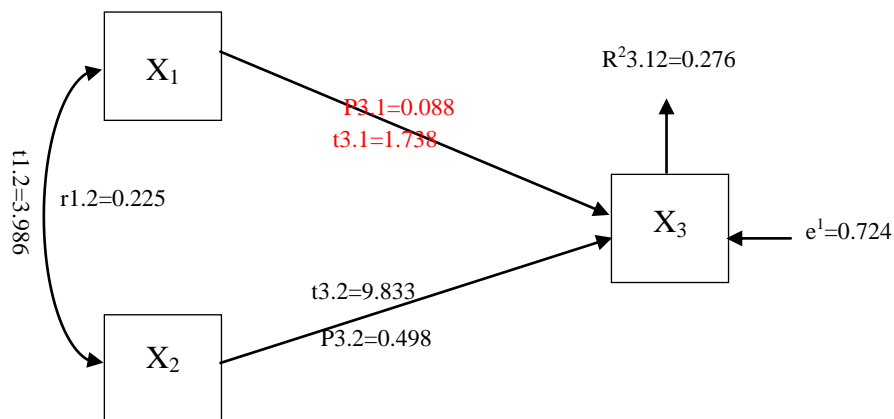
- a. Pengaruh komunikasi kelompok (X_1) terhadap penggunaan *search engine* (X_3) sebesar 0.088, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 1.738. Oleh karena nilai koefisien t_{hitung} lebih kecil dari pada nilai t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05;297)} = 1.97$ maupun pada t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01;297)} = 2.59$. Dengan demikian, pengaruh langsung komunikasi kelompok (X_1) terhadap penggunaan *search engine* (X_3) dinyatakan tidak signifikan.
- b. Pengaruh langsung penggunaan media sosial (X_2) terhadap penggunaan *search engine* (X_3) sebesar 0.498, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 9.833. Oleh karena nilai koefisien t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05;297)} = 1.97$ maupun pada t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01;297)} = 2.59$. Dengan demikian, pengaruh langsung penggunaan media sosial (X_2) terhadap penggunaan *search engine* (X_3) dinyatakan signifikan dengan kontribusi sebesar $(0.498)^2 \times 100 \% = 24.80\%$.
- c. Pengaruh langsung variabel komunikasi kelompok (X_1) dan penggunaan media sosial (X_2) secara simultan terhadap penggunaan *search engine* (X_3) sebesar 0.276, dengan nilai koefisien F_{hitung} sebesar 56.550. Oleh karena lebih besar dari nilai koefisien F_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05;2,297)} = 3.03$ dan F_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01;2,297)} = 4,68$. Dengan demikian, pengaruh langsung variabel komunikasi kelompok (X_1) dan penggunaan media sosial (X_2) terhadap penggunaan *search engine* (X_3) secara simultan dinyatakan signifikan. Dengan kontribusi yang diberikan oleh kedua variabel tersebut sebesar $(0.276)^2 \times 100 \% = 7.62 \%$.

- d. Berdasarkan nilai-nilai koefisien yang dihasilkan, dapat dikatakan bahwa koefisien determinasi penggunaan *search engine* yang keberagamannya ditentukan oleh komunikasi kelompok dan penggunaan media sosial dinyatakan signifikan. Adanya pengaruh variabel lain atau variabel sisa (*error/residu*) yang keragamannya tidak terjelaskan dan dihubungkan dengan variabel *penggunaan search engine* sebesar 0.724. Model persamaan struktural yang dapat bentuk yaitu : $f(X_3) = 0.088X_1 + 0.498X_2$; $R^2_{3.12} = 0.276$; $e^1 = 0.724$
- e. Terdapat sebuah koefisien jalur yang tidak signifikan yakni koefisien jalur pengaruh langsung yang menghubungkan komunikasi kelompok (X_1) terhadap variabel penggunaan *search engine* (X_3), sehingga persamaan simultan secara utuh tidak dapat dijadikan sebagai alat prediksi untuk melihat variasi sikap atas penggunaan *search engine* yang berasal dari variasi komunikasi kelompok.

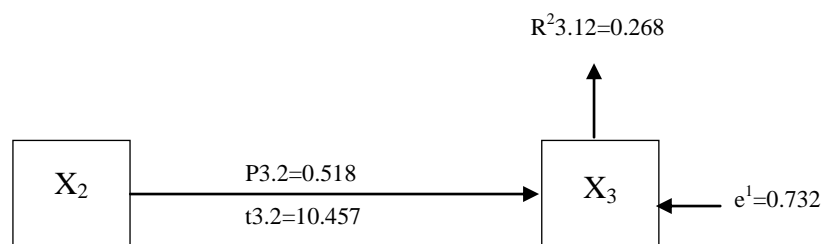
Dengan demikian persamaan fungsi $f(X_3)$ yang terbentuk adalah:

$$f(X_3) = 0.518 X_2 ; R^2_{3.12} = 0.268 ; e^1 = 0.732$$

Ilustrasi analisis sebelum dan sesudah dilakukan pemutusan salah satu jalur pada hasil sub struktul model pertama dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.5 Hasil Analisis Sub Struktur Model Pertama Sebelum Dilakukan Pemutusan jalur Yang Tidak Signifikan



Gambar 4.6 Hasil Analisis Sub Struktur Model Pertama Sesudah Dilakukan Pemutusan Jalur Yang Tidak Signifikan

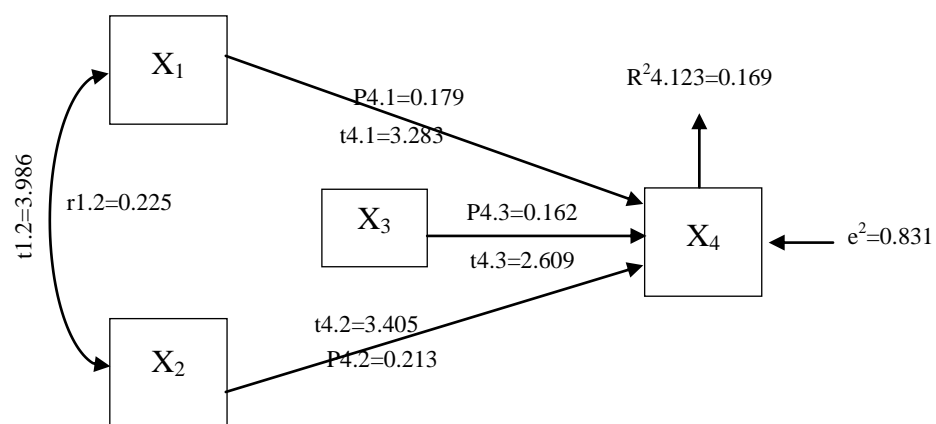
2. Analisis Pengaruh Langsung Pada Sub Struktur Model Kedua

- a. Pengaruh langsung komunikasi kelompok (X_1) terhadap akhlak siswa (X_4) sebesar 0.179, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 3.283. Oleh karena nilai koefisien t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05:297)} = 1.97$ maupun pada t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01:297)} = 2.59$. Dengan demikian, pengaruh langsung komunikasi kelompok (X_1) terhadap akhlak siswa (X_4) dinyatakan signifikan dengan kontribusi sebesar $(0.179)^2 \times 100 \% = 3.20 \%$.
- b. Pengaruh langsung penggunaan media sosial (X_2) terhadap akhlak siswa (X_4) sebesar 0.213, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 3.405. Oleh karena nilai koefisien t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05:297)} = 1,97$ maupun pada t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01:297)} = 2,59$. Dengan demikian, pengaruh langsung penggunaan media sosial (X_2) terhadap akhlak siswa (X_4) dinyatakan signifikan dengan kontribusi sebesar $(0.213)^2 \times 100 \% = 4.54 \%$.
- c. Pengaruh langsung penggunaan *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa (X_4) sebesar 0.162, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 2.609. Oleh karena nilai koefisien t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05:297)} = 1.97$ maupun pada t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01:297)} = 2.59$. Dengan demikian, pengaruh langsung penggunaan *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa (X_4) dinyatakan signifikan dengan kontribusi sebesar $(0.162)^2 \times 100 \% = 2.62 \%$.
- d. Besarnya pengaruh yang diberikan variabel komunikasi kelompok (X_1), variabel penggunaan media sosial (X_2) dan variabel penggunaan *search engine* (X_3) secara simultan terhadap akhlak siswa (X_4) sebesar 0.169, dengan nilai koefisien F_{hitung} sebesar 20.037. Karena koefisien F_{hitung} lebih besar dari nilai koefisien F_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05:2,297)} = 3.03$ dan F_{tabel} untuk

$\alpha_{(0,01;2,297)} = 4,68$. Dengan demikian, pengaruh langsung variabel komunikasi kelompok (X_1) dan penggunaan media sosial (X_2) penggunaan *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa secara simultan dinyatakan signifikan. Dengan kontribusi yang diberikan oleh ketiga variabel tersebut sebesar $(0.169)^2 \times 100 \% = 2.85 \%$.

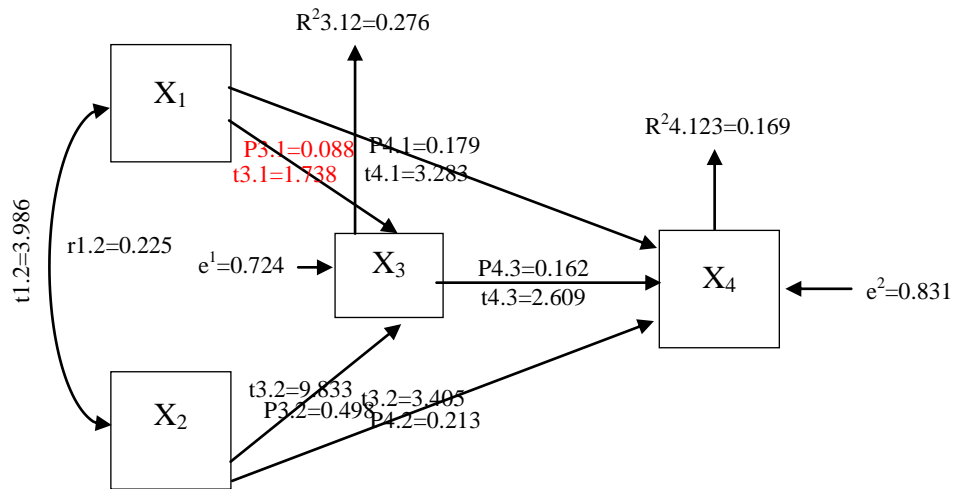
- e. Berdasarkan nilai-nilai koefisien yang dihasilkan, dapat dikatakan bahwa koefisien determinasi akhlak siswa yang keberagamannya ditentukan oleh komunikasi kelompok, penggunaan media sosial, penggunaan *search engine* dinyatakan signifikan. Adanya pengaruh variabel lain atau variabel sisa (*error/residu*) yang keragamannya tidak terjelaskan dan dihubungkan dengan variabel akhlak siswa sebesar 0.831. Model persamaan struktural yang dapat bentuk yaitu : $f(X_4) = 0.179X_1 + 0,213 X_2 + 0.162X_3$; $R^2_{4.123} = 0.169$; $e^2 = 0,831$

Hasil analisis sub struktur model kedua ini dapat diilustrasikan model yang terbentuk sebagai berikut ini. :



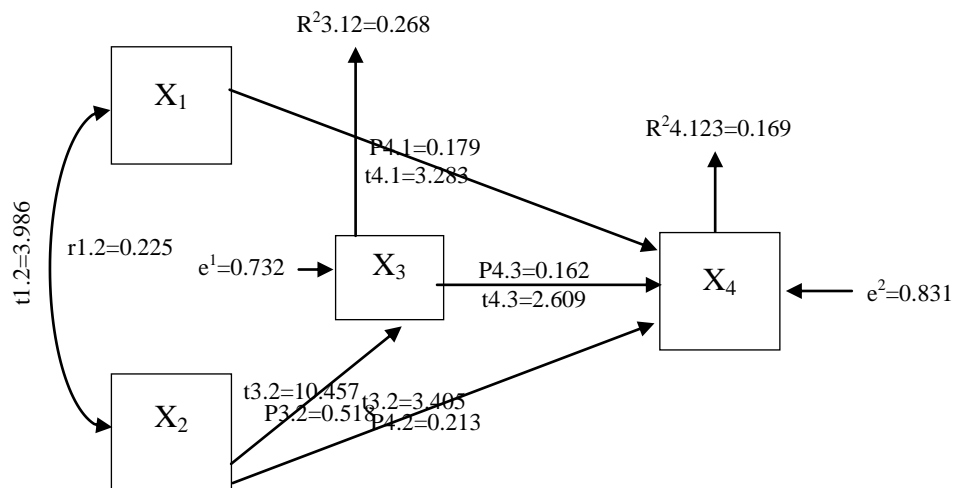
Gambar 4.7 Hasil Analisis Model pada Sub Struktur Model Kedua

Rangkaian analisis model pada sub struktur model pertama dan sub struktur model kedua merupakan kerangka acuan dalam menjawab hipotesis yang diajukan, seperti terlihat pada gambar berikut:



Gambar 4.8 Hasil Analisis Model Sebelum dilakukan *Trimming*

Selanjutnya karena terdapat sebuah koefisien jalur yang tidak signifikan yakni koefisien jalur pengaruh langsung yang menghubungkan komunikasi kelompok (X_1) terhadap variabel penggunaan *search engine* (X_3), maka variabel yang menghubungkan komunikasi kelompok (X_1) terhadap penggunaan *search engine* dikeluarkan atau dilangkan dari model, sehingga analisis model keseluruhan variabel dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.9 Hasil Analisis Model Setelah dilakukan *Trimming*

3. Analisis Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total

a. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effects*)

(1) Pengaruh tidak langsung komunikasi kelompok (X_1) melalui penggunaan *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa (X_4) tidak dilakukan pengkajian lebih lanjut, hal ini disebabkan karena adanya sebuah jalur yang dinyatakan tidak memiliki pengaruh signifikan yakni jalur yang menghubungkan variabel komunikasi kelompok (X_1) ke variabel penggunaan *search engine* (X_3).

(2) Pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial (X_2) terhadap akhlak siswa (X_4) merupakan perkalian parameter koefisien jalur yang menghubungkan variabel penggunaan media sosial (X_2) ke variabel penggunaan *search engine* (X_3) dengan parameter koefisien jalur yang menghubungkan variabel penggunaan *search engine* (X_3) ke variabel akhlak siswa (X_4). Berdasarkan pemahaman tersebut, dapat ditentukan koefisien parameter pengaruh tidak langsung variabel penggunaan media sosial (X_2) melalui variabel penggunaan *search engine* (X_3) terhadap terhadap akhlak siswa (X_4), yaitu $0.518 \times 0.162 = 0.083$, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 1.496. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai koefisien t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05;296)} = 1,97$ dan t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01;296)} = 2,59$ maka dengan demikian, pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial (X_2) melalui penggunaan *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa (X_4) dinyatakan tidak signifikan.

b. Pengaruh total (*Total effects*)

(1) Koefisien pengaruh total variabel komunikasi kelompok (X_1) terhadap akhlak siswa (X_4) merupakan koefisien pengaruh langsung yang terjadi dari kedua variabel tersebut. Sehingga besarnya pengaruh total yang diberikan oleh variabel komunikasi kelompok (X_1) terhadap variabel akhlak siswa (X_4) sebesar 0,179 dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 3.283. Oleh karena nilai koefisien t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} $\alpha_{(0,05;296)} = 1,97$ dan t_{tabel} $\alpha_{(0,01;296)} = 2,59$, maka dengan demikian pengaruh total komunikasi kelompok (X_1) terhadap variabel akhlak siswa (X_4) dinyatakan signifikan. Dengan kontribusi sebesar $(0,179)^2 \times 100\% = 3.20\%$.

(2) Pengaruh total variabel penggunaan media sosial (X_2) terhadap akhlak siswa (X_4) dihitung berdasarkan penjumlahan dari parameter pengaruh langsung variabel penggunaan media sosial (X_2) terhadap variabel akhlak siswa (X_4) dan parameter pengaruh tidak langsung variabel penggunaan media sosial (X_2) melalui penggunaan *search engine* (X_3) terhadap variabel akhlak siswa (X_4).

Berdasarkan uraian di atas, maka koefisien pengaruh total variabel penggunaan media sosial (X_2) terhadap akhlak siswa (X_4) melalui penggunaan *search engine* (X_3) yaitu $0,213+0,162$ =sebesar $0,375$, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 8.188 . Oleh karena nilai nilai t_{hitung} lebih besar dari koefisien t_{tabel} pada $\alpha_{(0,05:296)} = 1,97$ dan t_{tabel} pada $\alpha_{(0,01:296)} = 2,59$. Dengan demikian, pengaruh total variabel penggunaan media sosial (X_2) terhadap variabel akhlak siswa (X_4) dinyatakan signifikan, dengan kontribusi yang diberikan sebesar $(0,375)^2 \times 100\% = 14.06 \%$.

(3) Koefisien pengaruh total variabel penggunaan *search engine* (X_3) terhadap variabel akhlak siswa (X_4) merupakan koefisien pengaruh langsung yang terjadi dari kedua variabel tersebut. Sehingga besarnya pengaruh total yang diberikan oleh variabel penggunaan *search engine* (X_3) terhadap variabel akhlak siswa (X_4) sebesar 0.162 , dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 2.609 . karena koefisien nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai koefisien t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05:295)} = 1,97$ dan t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01:295)} = 2,59$. Dengan demikian total pengaruh variabel penggunaan *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa (X_4) dinyatakan signifikan dengan kontribusi sebesar $(0,162)^2 \times 100\% = 2.62 \%$

Rangkuman hasil perhitungan pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total serta kontribusi yang diberikan oleh variabel eksogen terhadap variabel endogen dari masing-masing sub struktur model dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.36 : Rangkuman Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total Serta Kontribusi Setelah Dilakukan Pemutusan Pada Jalur Yang Tidak Signifikan.

Variabel	Koefisien Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, Pengaruh Total dan Kontribusi								t_{tabel}	
	X ₃		X ₄							
	Langsung		Langsung		Tidak Langsung		Total			
	ρ	t_{hitung}	ρ	t_{hitung}	ρ	t_{hitung}	ρ	t_{hitung}	0,05*	0,01**
X ₁	-	-	0,179	3.283	-	-	0,179	3.283	1,97	2,59
X ₂	0.518	10.457	0.213	3.405	0.083	1.496	0.375	8.188		
X ₃	-	-	0.162	2.609	-	-	0.162	2.609		
Koefisien Pengaruh Secara Simultan										
Variabel Observasi					$R^2_{3.12}$	0,268	5.407			
					$R^2_{4.123}$	0,169	3.200			
Variabel lain					$e^2_{3.12}$	0,732	24.409			
					$e^2_{4.123}$	0,831	34.895			

F. Pengujian Fit Model

Menguji kesesuaian Model (*Fit Model*) digunakan formula sebagai berikut:

$$Q = \frac{1 - R_m^2}{1 - M}$$

$$R_m^2 = 1 - (1 - R_n^2)(1 - R_{n+1}^2) \dots (1 - R_p^2)$$

$$M = 1 - (1 - R_n^2)(1 - R_{n+1}^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Jika $Q = 1$ mengindikasikan model Fit sempurna. Jika $Q < 1$, untuk menentukan Fit tidaknya model maka formula rumus Q harus perlu diuji dengan formula yang dirumuskan sebagai berikut:

$$W = -(N - d) \ln Q.$$

Keterangan:

N = ukuran sampel

d = banyaknya koefisien jalur yang sama dengan nol (tidak signifikan)

R_m^2 = koefisien determinasi multiple untuk model yang diusulkan

M = koefisien determinasi multipel untuk model akhir

Kreteria uji model dikatakan Fit atau H_0 diterima: jika $W < \chi^2_{(dk; \alpha)}$, dimana dk (derajat bebas) = d . sedangkan dalam hal lainnya model diindikasikan tidak Fit atau H_0 ditolak. Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh formula di atas, maka dilakukan uji kesesuaian model. Apakah model dikatakan cukup Fit dengan data yang dianalisis. Untuk hal ini dapat dilihat pada perhitungan sebagai berikut :

$$\left. \begin{array}{l} R^2_{3.12} = 0,276 \\ R^2_{4.123} = 0,169 \end{array} \right\} R_m^2$$

$$\left. \begin{array}{l} R^2_{3.12} = 0,268 \\ R^2_{4.123} = 0,169 \end{array} \right\} M$$

$$Q = \frac{1 - R_m^2}{1 - M}$$

$$R_m^2 = 1 - (1 - 0,276)(1 - 0,169) = 0,39836$$

$$M = 1 - (1 - 0,268)(1 - 0,169) = 0,39171$$

$$Q = \frac{1 - 0,39836}{1 - 0,39171} = 0,98907$$

Dikarena nilai $Q < 1$ maka perlu mengajukan uji lanjut dengan formula :

$$W = -(N-d) \ln Q$$

$$= -(300-1) \ln 0,98907 = -(299)(-0.01099)$$

$$W = 3,29 \text{ dk }_{(1;0.05);(1:0.01)}$$

$$\chi^2_{(1;0.05);(1:0.01)} \text{ untuk } \alpha_{(0.05)} = 3,84 \text{ dan } \alpha_{(0.01)} = 6,63$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai $W < \chi^2$ yaitu $3.29 < 3.84$ pada $\alpha_{(0.05)}$ dan $3.84 < 6.63$ pada $\alpha_{(0.01)}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Model dari hasil analisis kedua cukup Fit dengan data yang dianalisis.

G. Hipotesis Penelitian

Setelah melakukan analisis model, hasil yang diperoleh selanjutnya dijadikan sebagai dasar untuk menjawab hipotesis dan menarik kesimpulan dalam penelitian ini, penjelasan atas jawaban hipotesis dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Hipotesis Pertama.

Hipotesis Pertama menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok (X_1) terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang (X_4), hipotesis statistik yang diuji adalah

$$H_0: p_{41} = 0$$

$$H_a: p_{41} > 0$$

Kriteria pengujian : tolak H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur pengaruh langsung komunikasi kelompok (X_1) terhadap akhlak siswa (X_4) sebesar 0.179, sedangkan nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 3.283, dan untuk nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha_{(0,05)} = 1.97$ dan $\alpha_{(0,01)} = 2.59$, dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis pertama yang diajukan berupa: tidak terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok (X_1) terhadap akhlak siswa (X_4) atau yang disebut sebagai H_0 ditolak. Dengan demikian, hasil analisis hipotesis pertama yang diajukan tidak terbukti dan memberikan temuan sebagai berikut: komunikasi kelompok berpengaruh secara langsung terhadap akhlak siswa. Selanjutnya dapat disimpulkan bahwa, variasi akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu disebabkan oleh adanya variasi komunikasi kelompok. Semakin sering komunikasi kelompok dilakukan maka semakin berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

2. Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok (X_1) terhadap penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu (X_3), hipotesis statistik yang diuji adalah

$$H_0: p_{31} = 0$$

$$H_a: p_{31} > 0$$

Kriteria pengujian : tolak H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur pengaruh langsung komunikasi kelompok (X_1) terhadap penggunaan *search engine* (X_3) diperoleh nilai koefisien sebesar 0.088, nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 1.738, untuk nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha_{(0,05)} = 1,97$ dan $\alpha_{(0,01)} = 2,59$, karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis yang diajukan berupa: tidak terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok (X_1) terhadap penggunaan *search engine* (X_3) atau yang disebut sebagai H_0 diterima. Dengan demikian, hasil analisis hipotesis kedua yang diajukan terbukti dan memberikan temuan sebagai berikut: komunikasi kelompok tidak berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu. Selanjutnya memberikan kesimpulan bahwa, variasi komunikasi kelompok atas penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu tidak disebabkan oleh adanya variasi frekuensi waktu yang dimiliki siswa. Siswa yang memiliki frekuensi waktu tinggi maupun siswa yang memiliki frekuensi waktu rendah ketika melakukan aktivitasnya tidak menunjukkan kecenderungan adanya pengaruh terhadap variasi komunikasi kelompok terhadap penggunaan *search engine* di Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

3. Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung penggunaan media sosial (X_2) terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu (X_4), hipotesis statistik yang diuji adalah

$$H_0: p_{42} = 0$$

$$H_a: p_{42} > 0$$

Kriteria pengujian : tolak H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur pengaruh langsung penggunaan media sosial (X_2) terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu (X_4) diperoleh nilai koefisien sebesar 0.213, nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 3.405, untuk nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha_{(0,05)} = 1,97$ dan $\alpha_{(0,01)} = 2,59$, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis yang diajukan berupa: tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial

(X₂) terhadap akhlak siswa (X₄) atau yang disebut sebagai H₀ ditolak. Dengan demikian, hasil analisis hipotesis ketiga yang diajukan tidak terbukti dan memberikan temuan sebagai berikut: penggunaan media sosial secara langsung terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu. Selanjutnya memberikan kesimpulan bahwa, variasi akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu di sebabkan oleh adanya variasi penggunaan media sosial. Semakin sering penggunaan media sosial maka semakin berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

4. Hipotesis Keempat

Hipotesis keempat menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung penggunaan media sosial (X₂) terhadap penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu (X₃), hipotesis statistik yang diuji adalah

$$H_0: p_{32} = 0$$

$$H_a: p_{32} > 0$$

Kriteria pengujian : tolak H₀, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Berdasarkan hasil analisis jalur pengaruh langsung penggunaan media sosial (X₂) terhadap penggunaan *search engine* (X₃) diperoleh nilai koefisien pengaruh sebesar 0.518, dengan nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 10.457, sedangkan untuk nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha_{(0,05)} = 1,96$ dan $\alpha_{(0,01)} = 2,59$, dan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis yang diajukan berupa, tidak terdapat pengaruh langsung penggunaan media sosial (X₂) terhadap penggunaan *search engine* (X₃) atau yang disebut sebagai H₀ ditolak. Dengan demikian, hasil analisis hipotesis keempat yang diajukan tidak terbukti dan memberikan temuan sebagai berikut: penggunaan media sosial berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan *search engine*. Selanjutnya dapat disimpulkan bahwa, variasi penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu disebabkan oleh adanya variasi penggunaan media sosial. Semakin sering penggunaan media sosial dilakukan maka semakin berpengaruh

terhadap tingkat penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

5. Hipotesis Kelima

Hipotesis kelima menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung penggunaan *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu (X_4), hipotesis statistik yang diuji adalah

$$H_0: p_{43} = 0$$

$$H_a: p_{43} > 0$$

Kriteria pengujian : tolak H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Berdasarkan hasil analisis jalur pengaruh langsung penggunaan *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu (X_4) diperoleh nilai koefisien pengaruh sebesar 0.162, dengan nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 2.609, sedangkan untuk nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha_{(0,05)} = 1.97$ dan $\alpha_{(0,01)} = 2.59$, dan karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis yang diajukan berupa, tidak terdapat pengaruh langsung penggunaan *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa (X_4) atau yang disebut sebagai H_0 ditolak. Dengan demikian, hasil analisis hipotesis kelima yang diajukan tidak terbukti dan memberikan temuan sebagai berikut: penggunaan *search engine* berpengaruh secara langsung terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama di Kecamatan Pancur Batu. Selanjutnya memberikan kesimpulan bahwa, variasi akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama di Kecamatan Pancur Batu dapat sebabkan oleh variasi penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama di Kecamatan Pancur Batu. Semakin sering penggunaan *search engine* dilakukan maka semakin berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

6. Hipotesis Keenam

Hipotesis keenam menyatakan bahwa komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* secara tidak langsung berpengaruh terhadap akhlak

siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang, hipotesis statistik yang diuji adalah

$$H_0: p_{4.13} = 0$$

$$H_a: p_{4.13} > 0$$

Kriteria pengujian : tolak H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur secara langsung pada analisis model sebelumnya, pengaruh tidak langsung komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* secara tidak langsung berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu adalah sebesar 0,015 Nilai koefisien t_{hitung} sebesar 0.261 lebih kecil dari pada nilai $t_{tabel\alpha(0,05)} = 1.97$ dan $t_{tabel\alpha(0,01)} = 2.59$, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya hasil analisis hipotesis keenam secara statistik memberikan temuan komunikasi kelompok tidak signifikan berpengaruh secara tidak langsung terhadap akhlak siswa melalui penggunaan *search engine*. Dengan demikian hipotesis keenam dapat disimpulkan bahwa yang menyatakan terdapat pengaruh tidak langsung komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* terhadap terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu ditolak.

7. Hipotesis Ketujuh

Hipotesis ketujuh menyatakan bahwa penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* secara tidak langsung berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang, hipotesis statistik yang diuji adalah

$$H_0: p_{4.23} = 0$$

$$H_a: p_{4.23} > 0$$

Kriteria pengujian : tolak H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur secara langsung pada analisis model sebelumnya penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* secara tidak langsung berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu adalah sebesar 0.083 Nilai koefisien t_{hitung} sebesar 1.496 lebih kecil dari pada nilai $t_{tabel\alpha(0,05)} = 1.97$ dan $t_{tabel\alpha(0,01)} =$

2.59, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya hasil analisis hipotesis ketujuh secara statistik memberikan temuan penggunaan media sosial tidak signifikan berpengaruh secara tidak langsung terhadap akhlak siswa melalui penggunaan *search engine*. Dengan demikian hipotesis ketujuh dapat disimpulkan bahwa yang menyatakan terdapat pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* terhadap terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu ditolak.

Berdasarkan pembuktian hasil analisis dari ketujuh hipotesis di atas, maka memberikan kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut: variasi akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu dapat disebabkan secara langsung oleh komunikasi kelompok, penggunaan media sosial, dan penggunaan *search engine* akan tetapi secara tidak langsung variabel komunikasi kelompok, penggunaan media sosial dan penggunaan *search engine* tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Rangkuman kesimpulan hasil pembuktian ketujuh hipotesis yang diajukan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.37 : Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis

No	Pernyataan Verbal Hipotesis Penelitian	Uji Statistik	Keputusan	Kesimpulan
1.	Terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok (X_1) terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu (X_4)	$H_0: p_{41} = 0$ $H_a: p_{41} > 0$	Ho Ditolak	Berpengaruh Langsung
2	Terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok (X_1) terhadap penggunaan <i>search engine</i> siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu (X_3)	$H_0: p_{32} = 0$ $H_a: p_{32} > 0$	Ho Diterima	Tidak Berpengaruh Langsung

3.	Terdapat pengaruh langsung penggunaan media sosial (X_2) terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu (X_4)	Ho: $p_{42} = 0$ Ha: $p_{42} > 0$	Ho Ditolak	Berpengaruh Langsung
4.	Terdapat pengaruh langsung penggunaan media sosial (X_2) terhadap penggunaan <i>search engine</i> siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu (X_3)	Ho: $p_{32} = 0$ Ha: $p_{32} > 0$	Ho Ditolak	Berpengaruh Langsung
5.	Terdapat pengaruh langsung penggunaan <i>search engine</i> (X_3) terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu (X_4)	Ho: $p_{43} = 0$ Ha: $p_{43} > 0$	Ho Ditolak	Berpengaruh Langsung
6.	Terdapat pengaruh tidak langsung komunikasi kelompok melalui penggunaan <i>search engine</i> terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu	Ho: $p_{4.13} = 0$ Ha: $p_{4.13} > 0$	Ho Diterima	Pengaruh Tidak Langsung Tidak Berpengaruh
7.	Terdapat pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial melalui penggunaan <i>search engine</i> terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu	Ho: $p_{4.23} = 0$ Ha: $p_{4.23} > 0$	Ho Diterima	Pengaruh Tidak Langsung Tidak Berpengaruh

H. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini faktor-faktor yang diteliti pengaruhnya terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama negeri di Kecamatan Pancur Batu adalah komunikasi kelompok, penggunaan media sosial, dan penggunaan *search engine*. Data penelitian menunjukkan bahwa umumnya akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu berada pada kategori sedang atau cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan pengamatan *observer* terhadap akhlak siswa berdasarkan indikator kualitas dan kuantitas.

Dengan cara membandingkan *mean* dan standar deviasi skor empirik dengan *mean* dan skor ideal. Skor terendah data empirik diketahui 25 dan skor tertinggi 88 serta *mean* skor data empirik 54.85. Sedangkan skor minimum ideal adalah 25 dan skor maksimum ideal adalah 100, sehingga rata-rata skor ideal adalah $\frac{1}{2} (25 + 100) = 62.5$. Dengan demikian berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui rata-rata skor empirik sebesar 54.85, lebih rendah dari pada rata-rata skor ideal 62.5. Temuan ini dapat dimaknai bahwa akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu yang dinilai dengan menggunakan indikator variabel yang dituangkan dalam instrumen akhlak siswa yang digunakan dalam penelitian ini adalah kurang baik.

Walaupun akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu dalam penelitian ini dinilai kurang baik, akan tetapi sekitar 50.33% siswa cenderung berakhlak sedang atau baik. Meskipun begitu dapat dikatakan bahwa siswa dengan kategori tinggi atau sangat baik masih lebih sedikit jika dibandingkan siswa dengan kategori baik atau cukup. Hal ini menunjukkan secara umum akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu masih perlu ditingkatkan atau diperbaiki lagi. Temuan ini sangat penting dan memiliki arti bagi pemegang kebijakan dalam hal ini Dinas Pendidikan Kabupaten Deli Serdang dan Kementerian Agama Deli Serdang atau instansi terkait lainnya, karena dengan akhlak yang tinggi atau sangat baik yang dimiliki oleh siswa, maka pencapaian tujuan pendidikan dan kontribusi yang diberikan siswa dalam Islam akan dapat mudah dicapai.

Untuk memperjelas makna dari hasil penelitian ini, selanjutnya dilakukan pembahasan terhadap hasil penelitian secara berurutan yang dimulai dari

pembahasan tentang karakteristik komunikasi kelompok, penggunaan media sosial, dan *search engine* sebagai berikut:

1. Pengaruh Langsung Komunikasi Kelompok terhadap Akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu

Akhlak merupakan suatu perilaku yang sangat dicintai dalam Islam. Bahkan dalam hadis disebutkan bahwa orang yang paling dicintai dan tempat duduknya dekat dengan Nabi Muhammad adalah orang yang paling bagus akhlaknya. Walaupun begitu banyak orang sulit untuk mencapai derajat akhlak yang mulia. Salah satu faktor penyebabnya adalah pengaruh komunikasi kelompok.

Data penelitian menunjukkan secara empiris bahwa variabel komunikasi kelompok siswa memberikan pengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu. Hal ini dapat dijelaskan melalui deskripsi data variabel komunikasi kelompok dimana dimana sebanyak 66.67% siswa berada pada kategori sedang dan 33.33% siswa pada kategori tinggi.

Perhitungan analisis jalur secara langsung pada analisis model menunjukkan pengaruh komunikasi kelompok terhadap akhlak siswa sebesar 0.179, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 3.283, menunjukkan lebih besar dari pada nilai t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05;297)} = 1.97$ maupun pada t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01;297)} = 2.59$. Dengan demikian, pengaruh langsung komunikasi kelompok terhadap akhlak siswa dinyatakan signifikan dengan kontribusi sebesar $(0.179)^2 \times 100\% = 3.20\%$.

Uraian tersebut menunjukkan bahwa indikasi variabel komunikasi kelompok memberikan pengaruh terhadap akhlak siswa. Jika komunikasi kelompok dilakukan positif maka akan terbentuk ahlak yang baik pula, sebaliknya komunikasi kelompok yang dilakukan negatif maka akan melahirkan akhlak yang buruk atau rendah pula.

Secara teoritis pengaruh komunikasi kelompok terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu yang ditemukan pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kevin Real dan Rajiv N. Rimal dalam *Jurnal Health Communication*.¹⁶² Hasil penelitiannya

¹⁶² Kevin Real dan Rajiv N. Rimal, "Friends Talk to Friends about drinking: Exploring the role of Peer Communication in the theory of Normatif Social Behavior", dalam *International Journal Health Communication*, Vol. 22, 2007.

menjelaskan bahwa komunikasi sebaya mewakili 1 mekanisme melalui mana norma-norma disebarluaskan dalam kelompok sosial. Hasil survei yang dilakukan di kalangan mahasiswa ($N=675$) untuk mengukur persepsi normatif, komunikasi, konsumsi alkohol, konsekuensi terkait alkohol, dan niat untuk minum alkohol. Kesimpulan dari penelitiannya menemukan hubungan yang signifikan antara komunikasi teman sebaya dengan perilaku dan niat minum alkohol setelah mengendalikan norma yang dirasakan.

Komunikasi kelompok teman sebaya ikut mempengaruhi perilaku seseorang untuk dalam menentukan pilihan dalam urusan pribadi. Hal ini dibuktikan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Heather L. Powell dan Chris Segrin. Penelitian mereka menghasilkan bahwa praktik komunikasi dengan teman sebaya mempengaruhi komunikasi umum, komunikasi tentang seksualitas, dan komunikasi tentang HIV / AIDS dengan pasangan kencan.¹⁶³

Komunikasi kelompok teman sebaya yang baik yang dilakukan secara *online* maupun *offline* juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang untuk menentukan pilihan. Xia Wang, Chunling Yu dan Yujie Wei dalam penelitiannya dengan menggunakan 292 responden menerangkan bahwa peserta yang terlibat dalam komunikasi teman sebaya tentang produk melalui media sosial mengkonfirmasi bahwa kedua anteseden memiliki pengaruh positif pada hasil komunikasi kelompok teman sebaya.¹⁶⁴

Selanjutnya berdasarkan keterangan data hasil penelitian di atas, menegaskan bahwa teori kelompok pemikir (*groupthink theory*) teruji memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perilaku responden. Implikasi dari temuan ini yaitu memberikan informasi kepada Dinas Pendidikan di Kecamatan Pancur Batu maupun yang terkait dengan dunia pendidikan seperti guru maupun orang tua agar lebih memperhatikan siswa atau anaknya yang melakukan komunikasi kelompok teman sebaya. Hal ini disebabkan karena

¹⁶³ Heather L. Powell dan Chris Segrin, "The Effect of Family and Peer Communication on College Students' Communication With Dating Partners About HIV and AIDS", dalam *International Journal Health Communication*, Vol. 12, 2004.

¹⁶⁴ Xia Wang, Chunling Yu dan Yujie Wei, "Social Media Peer Communication and Impacts on Purchase Intentions: A Consumer Socialization Framework", dalam *International Journal of Interactive Marketing*, Vol. 26, 2012.

komunikasi kelompok teman sebaya dalam kondisi apapun dapat mempengaruhi perilaku atau akhlak siswa.

2. Pengaruh Langsung Komunikasi Kelompok terhadap Penggunaan *Search Engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu

Secara korelasi antara komunikasi kelompok dengan penggunaan *search engine* memiliki hubungan sebesar 0.200. Sedangkan nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 3.524 sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97, berarti t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($3.524 > 1.97$). Dari data di atas berarti dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara komunikasi kelompok teman sebaya dengan penggunaan *search engine*.

Sedangkan jika melalui perhitungan analisis jalur secara langsung pada analisis model menunjukkan pengaruh komunikasi kelompok terhadap *search engine* siswa sebesar sebesar 0.088, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 1.738. Oleh karena nilai koefisien t_{hitung} lebih kecil dari pada nilai t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05;297)} = 1.97$ maupun pada t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01;297)} = 2.59$. Dengan demikian, pengaruh langsung komunikasi kelompok terhadap penggunaan *search engine* dinyatakan tidak signifikan.

Berdasarkan urian di atas, dapat dijelaskan bahwa adanya korelasi antara komunikasi kelompok terhadap penggunaan *search engine*, akan tetapi hubungan tersebut memiliki pengaruh langsung yang sangat kecil yaitu 0.088. Sugiyono menjelaskan bahwa jika koefisien jalur di bawah nilai 0.05 maka dianggap memiliki koefisien jalur yang rendah sehingga dapat dihilangkan atau dianggap tidak berarti.¹⁶⁵

Sesuai keterangan di atas, maka dapat dijelaskan jika nilai koefisien jalur rendah tetapi memiliki nilai korelasi itu dapat diartikan bahwa nilai korelasi komunikasi kelompok terhadap penggunaan *search engine* yang besarnya 0,200 terjadi karena efek-efek tidak langsung dari variabel lainnya.

Pernyataan tersebut menerangkan bahwa komunikasi kelompok memiliki pengaruh yang kecil terhadap penggunaan *search engine*. Oleh sebab itu

¹⁶⁵ Sugiyono, *Statistika...*, h. 302.

diperlukanlah kepengawasan terhadap siswa yang menggunakan *search engine*. *Search engine* merupakan mesin pencari segala informasi, baik informasi masalah pelajaran, masalah hiburan, masalah agama, sampai pada masalah yang sifatnya pribadi.

Oleh karena itu jika para pendidik baik guru maupun orang tua agar dapat mengarahkan siswa dalam penggunaan *search engine* kearah positif seperti untuk pendidikan atau agama sembari membimbing mereka agar tidak terjatuh kepada penggunaan yang dapat mengancam masa depan mereka.

3. Pengaruh Langsung Penggunaan Media Sosial terhadap Akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu

Media sosial merupakan suatu media daring atau *online* dimana para penggunanya dapat dengan mudah melakukan partisipasi, *sharing* atau berbagi informasi baik berbagi informasi tentang video, foto, atau kejadian yang dilihatnya dengan tujuan untuk mendapatkan respon dari yang teman yang lainnya.

Cepatnya perkembangan media sosial disebabkan semua orang merasa mempunyai media sendiri. Orang yang menggunakan media sosial dapat mengaksesnya melalui jaringan internet. Karena seorang merasa memiliki media sendiri maka mereka bebas memperbaiki, mengurangi atau menambahkan, memodifikasi baik tulisan, video, foto atau gambar dan berbagai model isi lainnya berdasarkan keinginan mereka sendiri tanpa melalui proses penyaringan sebagaimana pada media massa.

Data penelitian menunjukkan secara empiris bahwa variabel penggunaan media sosial memiliki hubungan positif terhadap akhlak siswa. Hal ini dapat dijelaskan bahwa nilai korelasi antara penggunaan media sosial dengan akhlak siswa sebesar 0.338, sedangkan nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 6.200, sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97, berarti t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($6.200 > 1.97$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa korelasi antara penggunaan media sosial dan akhlak siswa dinyatakan signifikan. Jadi semakin sering siswa menggunakan media sosial maka akan semakin berpengaruh terhadap akhlak siswa.

Pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap akhlak siswa sebesar 0.213, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 3.405, menunjukkan koefisien

t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05:297)} = 1,97$ maupun pada t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01:297)} = 2,59$. Dengan demikian, pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap akhlak siswa dinyatakan signifikan dengan kontribusi sebesar $(0.213)^2 \times 100 \% = 4.54 \%$.

Data di atas menunjukkan bahwa indikasi variabel penggunaan media sosial memberikan pengaruh terhadap akhlak siswa. Jika siswa menggunakan media sosial untuk hal yang positif maka akan terbentuklah akhlak yang positif pula, namun sebaliknya jika dilakukan untuk hal yang negatif maka akan lahir pula akhlak yang tercela, akhlak yang tidak diharapkan muncul dari para siswa.

Secara teoritis pengaruh media sosial terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu yang ditemukan pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tugberk Kaya dan Huseyin_Bicen dalam Jurnal *Computers in Human Behavior*.¹⁶⁶ Dalam penelitian tersebut mereka menggunakan 362 responden Siswa Sekolah Menengah kelas 9 sampai kelas 12. Temuan penelitian mereka menjelaskan bahwa; *Pertama*, Siswa yang menggunakan *facebook* digunakan untuk hiburan komunikasi dan berbagi berita, gambar, dan lagu. *Kedua*, penggunaan *facebook* yang dilakukan siswa mencerminkan suasana hati siswa di media sosial dengan menciptakan peluang untuk konsultasi. *Ketiga*, komentar yang positif di *facebook* akan meningkatkan kepercayaan diri siswa. *Keempat*, siswa yang menggunakan *facebook* tahu bagaimana cara mengendalikan privasi mereka. *Kelima*, penggunaan *facebook* siswa menunjukkan adanya indikasi narsisme. Hasil penelitian Tugberk Kaya dan Huseyin_Bicen tersebut menjelaskan bahwa penggunaan *facebook* atau media sosial dapat mempengaruhi perilaku siswa.

Seorang siswa jika menggunakan media sosial, maka orangtua hendaklah memberikan batasan waktu penggunaannya sehingga siswa tidak menghabiskan waktunya untuk terus bermain media sosial yang pada akhirnya dapat mempengaruhi nilai dan prestasi belajar siswa. Jangankan seorang siswa, mahasiswa sendiripun jika menggunakan media sosial dia tidak dapat mengatur waktu belajarnya ketika berurusan dengan media sosial. Wang Q., Chen W., dan

¹⁶⁶ Tugberk Kaya and Huseyin_Bicen, "The effects of social media on students' behaviors; Facebook as a case study", dalam *International Journal Computers in Human Behavior*, vol. 59, 2016.

Liang Y dalam penelitiannya menggunakan sampel mahasiswa yaitu 35% dari sarjana dan 65% adalah mahasiswa pascasarjana yang belajar di Universitas Johnson & Wales. 31% responden memiliki pekerjaan penuh waktu, 30% memiliki pekerjaan paruh waktu dan 39% tidak memiliki pekerjaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 45% dari sampel mengakui bahwa mereka menghabiskan 6-8 jam per hari untuk memeriksa situs media sosial, sementara 23% menghabiskan lebih dari 8 jam; 20% menghabiskan 2-4 jam dan hanya 12% menghabiskan kurang dari 2 jam untuk tugas ini.¹⁶⁷

Walaupun demikian bukan berarti seseorang dilarang menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial jika diatur dengan waktu yang baik maka tidak akan berdampak buruk bagi penggunanya. Esam Alwagait, Basit Shahzad, dan Sophia Alim dalam penelitiannya bahwa tidak ada hubungan linear antara penggunaan media sosial selama sepekan terhadap nilai akademiknya.¹⁶⁸ Hasil penelitian ini menerangkan bahwa manajemen waktu yang baik dapat digunakan untuk mempertahankan nilai akademiknya.

Berdasarkan keterangan data hasil penelitian di atas, menegaskan bahwa teori *uses and effect* teruji memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perilaku responden. Hasil temuan ini memberikan kesimpulan bahwa penggunaan media sosial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku atau akhlak siswa. Semakin banyak siswa menggunakan waktunya bermain media sosial maka akan semakin besar pula pengaruh yang akan dia dapatkan.

Implikasi dari hasil temuan ini menghimbau kepada para pendidik baik guru maupun orang tua agar membimbing dan melakukan pengawasan kepada anak atau siswa agar tidak terjadi penyalahgunaan penggunaan media sosial yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu. Mengingat pertumbuhan media sosial begitu cepat terjadi di Indonesia.

¹⁶⁷ Wang Q., Chen W., dan Liang Y, "*The Effects of Social Media on College Students*", dalam ScholarsArchive, Johnson & Wales University, 2011.

¹⁶⁸ Esam Alwagait, Basit Shahzad, dan Sophia Alim, "*Impact of social media usage on students academic performance in Saudi Arabia*", dalam International Journal Computers in Human Behavior, vol. 51, 2015.

4. Pengaruh Langsung Penggunaan Media Sosial terhadap Penggunaan *Search Engine* Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu

Data penelitian menunjukkan secara empiris bahwa variabel penggunaan media sosial memiliki hubungan positif terhadap penggunaan *search engine* siswa. Hal ini dapat dijelaskan bahwa nilai korelasi antara penggunaan media sosial dengan penggunaan *search engine* siswa sebesar 0.518, sedangkan nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 10.454, sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97, berarti t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($10.454 > 1.97$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa korelasi antara penggunaan media sosial dan penggunaan *search engine* dinyatakan positif dan signifikan. Jadi semakin sering siswa menggunakan media sosial maka akan semakin berpengaruh terhadap penggunaan *search engine*.

Selanjutnya pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap penggunaan *search engine* sebesar 0.518, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 10.457. Oleh karena nilai koefisien t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05;297)} = 1.97$ maupun pada t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01;297)} = 2.59$. Dengan demikian, pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap penggunaan *search engine* dinyatakan signifikan dengan kontribusi sebesar $(0.5188)^2 \times 100 \% = 26.83\%$.

Berdasarkan data di atas dapat dijelaskan bahwa kontribusi yang diberikan variabel penggunaan media sosial terhadap penggunaan *search engine* cukup besar yaitu hampir 27 %, bahkan paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal ini menjelaskan bahwa ketika siswa menggunakan media sosial maka siswa tersebut juga akan menggunakan *search engine*.

Media sosial dan *search engine* merupakan suatu media yang memiliki pengaruh yang besar terhadap siswa. Media sosial dan *search engine* bagai pisau bermata dua, jika digunakan untuk tujuan positif maka akan mendapatkan pengaruh positif sebaliknya jika digunakan untuk hal negatif maka pengaruh negatif pula yang akan diperoleh.

Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan media sosial dan *search engine* pada saat sekarang ini banyak digunakan dikalangan para pelajar atau siswa. Penelitian yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) pada

tahun 2015 menjelaskan bahwa aktivitas yang dilakukan kebanyakan orang saat terhubung dengan internet adalah untuk menggunakan jejaring sosial atau media sosial. Tidak kurang dari 87% pengguna internet di Indonesia mengaku menggunakan sosial media saat terhubung ke internet. Sedangkan aktivitas mencari informasi atau *searching* dan *browsing* yang tentunya dengan menggunakan *search engine* yaitu sebesar 68,7%.

Berdasarkan uraian dan hasil survei APJII tersebut menjelaskan bahwa secara umum mayoritas siswa menggunakan waktunya untuk menggunakan media sosial dan *search engine*. Sesuai hasil hipotesis dalam penelitian ini, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara menggunakan media sosial dengan menggunakan *search engine*. Hal ini menginformasikan kepada para orang tua atau para pendidik agar memberikan arahan, bimbingan dan pengawasan terhadap anaknya tatkala mereka melakukan aktivitas menggunakan media sosial dan menggunakan *search engine*.

5. Pengaruh Langsung Penggunaan *Search Engine* terhadap Akhlak Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu

Secara empiris data penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan *search engine* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap akhlak siswa. Hal ini dapat dijelaskan bahwa nilai korelasi antara penggunaan *search engine* dengan akhlak siswa sebesar 0.309, sedangkan nilai koefisien t_{hitung} yang diperoleh sebesar 6.418, sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 1.97, berarti t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($6.418 > 1.97$). Hasil ini menjelaskan bahwa korelasi antara penggunaan *search engine* dengan akhlak siswa dinyatakan signifikan. Artinya, semakin sering siswa menggunakan *search engine* maka akan semakin berpengaruh terhadap penggunaan akhlak siswa.

Berikutnya pengaruh langsung penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa sebesar 0.162, dengan nilai koefisien t_{hitung} sebesar 2.609. Oleh karena nilai koefisien t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05;297)} = 1.97$ maupun pada t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01;297)} = 2.59$. Dengan demikian, pengaruh langsung penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa dinyatakan signifikan dengan kontribusi sebesar $(0.162)^2 \times 100 \% = 2.62 \%$.

Berdasarkan data di atas dapat dijelaskan bahwa kontribusi yang diberikan variabel penggunaan penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa mendekati angka 3 %. Hal ini menjelaskan bahwa akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri Kecamatan Pancur Batu dipengaruhi langsung oleh penggunaan *search engine*, walaupun pengaruh yang ditimbulkan nilainya kecil.

Secara teoritis pengaruh penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu yang ditemukan pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh John Schacter, Gregory K. W. K. Chung, dan Aimée Dorr dalam *Journal of the American Society for Information Science*.¹⁶⁹ Penelitian yang mereka lakukan menganalisis proses perilaku siswa yang menjelaskan bahwa anak-anak adalah pencari informasi interaktif, anak-anak lebih memilih untuk menelusuri (melalui *search engine*) daripada merencanakan atau menggunakan strategi pencarian yang sistematis. Hasil kinerja mereka menunjukkan bahwa anak-anak kesulitan menemukan informasi yang relevan di Internet, bahkan anak-anak lebih cenderung mencari informasi yang lain diluar tugas yang diberikan.

Penelitian di atas diperkuat juga dengan penelitian lain yang menjelaskan bahwa banyak informasi yang tidak relevan di dunia maya atau internet. Paulina Junni dalam penelitiannya menemukan laporan dari para siswa bahwa sumber utama siswa dalam mencari informasi melalui *search engine* di internet adalah kurangnya pelatihan dalam pencarian informasi, dan banyaknya informasi yang tidak relevan di Internet.¹⁷⁰

Penelitian John Schacter, Gregory K. W. K. Chung, dan Aimée Dorr serta penelitian yang dilakukan Junni Paulina di atas menjelaskan bahwa siswa yang menggunakan *search engine* untuk mencari informasi terkait tugas yang diberikan, hasilnya mereka banyak menemukan informasi yang tidak relevan dan cenderung mencari informasi diluar tugas yang diberikan. Hal ini dikarenakan tidak ada arahan atau pelatihan sebelum mencari informasi di internet.

¹⁶⁹ John Schacter, Gregory K. W. K. Chung, dan Aimée Dorr, "Children's internet searching on complex problems: Performance and process analyses", dalam *Journal of the American Society for Information Science*, 1998.

¹⁷⁰ Junni Paulina, "Students Seeking Information for Their Masters' Theses: The Effect of the Internet", dalam *International Electronic Journal*, Vol. 12, No 2, 2007.

Berdasarkan keterangan data hasil penelitian di atas, menegaskan bahwa teori determinisme teknologi teruji memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perilaku responden. Hasil temuan ini menjelaskan bahwa semakin sering siswa menggunakan *search engine* maka akan semakin berpengaruh terhadap akhlak mereka. Implikasi dari hasil temuan ini menghimbau kepada para pendidik baik guru maupun orang tua agar membimbing dan melakukan pengawasan kepada anak atau siswa agar tidak terjadi penyalahgunaan penggunaan *search engine* yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

6. Pengaruh Tidak Langsung Komunikasi Kelompok terhadap Akhlak Siswa Melalui Penggunaan *Search Engine* Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur secara langsung pada analisis model sebelumnya, pengaruh tidak langsung komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* secara tidak langsung berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu adalah sebesar 0,015 Nilai koefisien t_{hitung} sebesar 0.261 lebih kecil dari pada nilai $t_{tabel\alpha(0,05)} = 1.97$ dan $t_{tabel\alpha(0,01)} = 2.59$, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya hasil analisis hipotesis tersebut secara statistik memberikan temuan komunikasi kelompok tidak signifikan berpengaruh secara tidak langsung terhadap akhlak siswa melalui penggunaan *search engine*.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka secara empiris tidak terbukti dan memberikan temuan bahwa komunikasi kelompok yang dilakukan siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap akhlak siswa melalui penggunaan *search engine*.

Walaupun secara empiris tidak terjadi pengaruh tidak langsung komunikasi kelompok terhadap akhlak siswa melalui *search engine*, akan tetapi sebenarnya ada kontribusi secara tidak langsung yang diberikan variabel komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa yaitu sebesar 0.015. Pengaruh tersebut lebih kecil atau dibawah nilai koefisien jalur 0.05, sehingga pengaruh tersebut dianggap rendah atau tidak berarti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam komunikasi kelompok memiliki pengaruh yang lebih besar dari pada penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa. Penelitian ini juga menjelaskan akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu lebih banyak atau dominan dipengaruhi komunikasi kelompok teman sebaya dari pada penggunaan *search engine*. Dengan kata lain dalam mempengaruhi akhlak siswa lebih cenderung dipengaruhi langsung oleh komunikasi kelompok tanpa melalui penggunaan *search engine*.

7. Pengaruh Tidak Langsung Penggunaan Media Sosial terhadap Akhlak Siswa Melalui Penggunaan *Search Engine* Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur secara langsung pada analisis model sebelumnya, pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* secara tidak langsung berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu adalah sebesar 0.083. Adapun nilai koefisien t_{hitung} sebesar 1.496, oleh karena nilai koefisien t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,05:296)} = 1,97$ dan t_{tabel} untuk $\alpha_{(0,01:296)} = 2,59$ lebih kecil dari nilai koefisien t_{hitung} . Dengan demikian, pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa dinyatakan tidak signifikan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka secara empiris tidak terbukti dan memberikan temuan bahwa penggunaan media sosial yang dilakukan siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap akhlak siswa melalui penggunaan *search engine*.

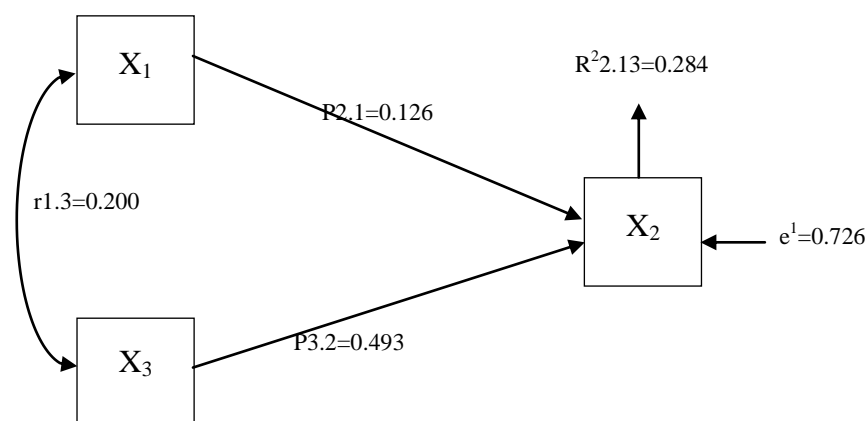
Walaupun secara empiris tidak terjadi pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial terhadap akhlak siswa melalui *search engine*, akan tetapi sebenarnya ada kontribusi secara tidak langsung yang diberikan variabel komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa yaitu sebesar 0.083. Pengaruh tersebut mendekati nilai koefisien jalur 0.05, sehingga pengaruh tersebut dianggap rendah atau tidak berarti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang lebih besar dari pada penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa. Penelitian ini juga menjelaskan akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu lebih banyak atau dominan dipengaruhi penggunaan media sosial dari pada penggunaan *search engine*. Dengan kata lain dalam mempengaruhi akhlak siswa lebih cenderung dipengaruhi langsung oleh penggunaan media sosial tanpa melalui penggunaan *search engine*.

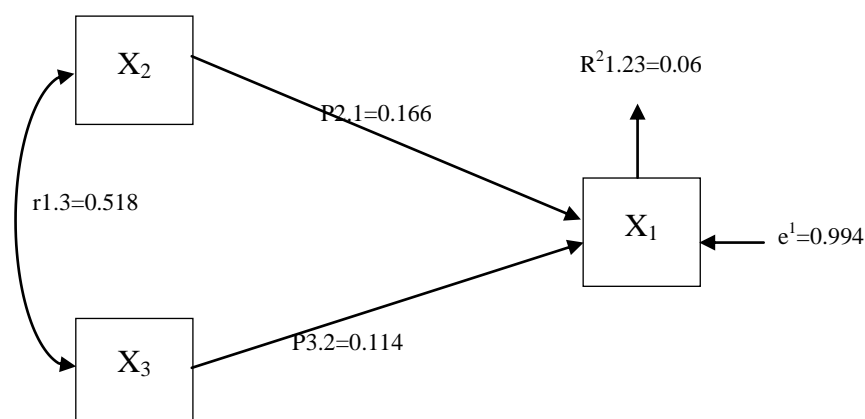
Selanjutnya besarnya kontribusi pengaruh secara simultan (koefisien determinasi) dari variabel eksogen terhadap variabel perantara, maupun dari seluruh variabel eksogen melalui variabel perantara terhadap variabel endogen serta kesalahan sisa (*residual error*) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kontribusi yang diberikan variabel eksogen yaitu variabel komunikasi kelompok (X_1) dan penggunaan media sosial (X_2) terhadap variabel perantara penggunaan *search engine* (X_3) atau $R^2_{3.12}$ adalah sebesar 0.268 = 26.8 % dan sisanya 0.732=73.2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.
2. Besarnya kontribusi variabel eksogen yaitu variabel komunikasi kelompok (X_1) dan penggunaan media sosial (X_2) melalui *search engine* (X_3) terhadap akhlak siswa atau $R^2_{4.123}$ adalah sebesar 0.169 = 16.9 % dan sisanya 0.831 = 83.1 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

Berdasarkan data di atas dapat dijelaskan bahwa kontribusi variabel komunikasi kelompok (X_1) dan penggunaan media sosial (X_2) terhadap variabel *search engine* (X_3) adalah sebesar 26.8%, akan tetapi jika yang dijadikan variabel perantaranya adalah penggunaan media sosial (X_2) sedangkan variabel komunikasi kelompok (X_1) dan penggunaan *search engine* (X_3) sebagai variabel eksogennya maka kontribusi yang diberikan adalah sebesar 0.284 = 28.4 % dengan nilai koefisien jalurnya sebagai berikut :



Berikutnya jika yang dijadikan variabel perantara adalah komunikasi kelompok (X_1) sedangkan variabel penggunaan media sosial (X_2) dan penggunaan *search engine* (X_3) sebagai variabel eksogennya maka kontribusi yang diberikan adalah sebesar $0.06 = 6.0\%$ dengan nilai koefisien jalurnya sebagai berikut :



Dari beberapa uraian di atas, meskipun secara bergantian diberlakukan perubahan posisi variabel eksogen dan variabel perantara tetap saja secara umum dapat disimpulkan bahwa kontribusi secara simultan variabel komunikasi kelompok (X_1), penggunaan media sosial (X_2), dan variabel *search engine* (X_3) paling tinggi hanya sebesar $28,4\%$ saja. Ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi tiga variabel eksogen hanya sebesar $28,4\%$, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

Selanjutnya besarnya kontribusi variabel eksogen yaitu variabel komunikasi kelompok (X_1) dan penggunaan media sosial (X_2) melalui *search*

engine (X_3) terhadap akhlak siswa adalah sebesar $0.169 = 16.9\%$ dan sisanya $0.831 = 83.1\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti terpaan media massa seperti tayangan film televisi, pengaruh budaya barat, pendidikan agama siswa, komunikasi guru dan siswa, komunikasi orang tua dan siswa, iklim komunikasi siswa, dan lain-lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

J. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memerlukan pemahaman terhadap beberapa hal baik menyangkut konsep, metodologi maupun teknis yang menjadi keterbatasan penelitian.

Pertama, secara konseptual akhlak siswa yang kami sebut sebagai variabel *endogenous* hanya dilihat dari 3 variabel, yang dikaji berdasarkan analisis pengaruh langsung maupun tidak langsung oleh *variable eksogenous*, yakni: komunikasi kelompok dan penggunaan media sosial. Variabel endogenus lainnya yang sekaligus berperan sebagai *intervening variable* yakni penggunaan *search engine*.

Penelitian ini lebih merupakan tanggapan responden terkait dengan ketiga variabel tersebut dan tentunya masih terdapat faktor-faktor lain yang belum terkaji dapat mempengaruhi akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu.

Kedua, pendekatan penelitian ini memakai metode kuantitatif atau dengan menggunakan alat bantu statistik dalam mengungkap makna yang terkandung dalam gugusan data yang diperoleh dari responden, tidak dapat dipungkiri bahwa kajian secara kualitatif juga peneliti laksanakan pada awal pertama kali penelitian ini dilaksanakan. Sehingga penelitian ini tidak dapat dikatakan sepenuhnya bersifat kuantitatif.

Ketiga, alat pengumpul data dibuat dalam bentuk instrumen berupa kuesioner yang dipakai untuk memperoleh informasi pada variabel akhlak siswa, komunikasi kelompok, penggunaan media sosial dan penggunaan *search engine*. Meskipun sebelumnya telah diujicobakan dan dilakukan validasi dengan memberikan hasil yang telah dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis dan pembuktian penerimaan secara empiris, namun seharusnya dilakukan uji coba

beberapa kali dan jika memungkinkan dilakukan uji coba ditempat yang berbeda pada daerah-daerah yang memiliki permasalahan yang sama terkait dengan adanya permasalahan pemekaran wilayah di daerah tersebut.

Keempat, indikator-indikator yang dipakai untuk mengukur masing-masing variabel masih perlu penambahan, tidak terbatas pada lima indikator untuk variabel akhlak siswa, tiga indikator untuk variabel komunikasi kelompok, tiga indikator untuk variabel penggunaan media sosial dan tiga indikator untuk variabel penggunaan *search engine*. Secara konseptual, makin banyak indikator yang dipakai untuk mengukur variabel maka variabel tersebut akan mempunyai validitas konstruk yang lebih baik.

Kelima, perhitungan statistik secara teknis banyak dilakukan pembulatan angka untuk menyederhanakan dan memudahkan perhitungan, sehingga dapat mengakibatkan berkurangnya ketelitian hasil analisis data.

Keenam, sebagian responden pada saat pengisian angket tidak dapat dikontrol sepenuhnya oleh peneliti, sehingga kelemahan dari sisi kejujuran kesungguhan, dan kecermatan pengisian instrumen oleh responden dapat mempengaruhi data yang diperoleh. Faktor kepentingan diri (*self interest*) juga kemungkinan dapat mempengaruhi pendapat para responden, termasuk bila ada pertanyaan/pernyataan yang tidak sepenuhnya dapat dimengerti oleh para responden, dan ini dapat mempengaruhi hasil penelitian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

B. Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, temuan dan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan, maka kesimpulan dari hasil penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh langsung komunikasi kelompok terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu dengan nilai koefisien jalur 0.179 dengan kontribusi sebesar 3,20%
2. Tidak terdapat pengaruh langsung antara komunikasi kelompok terhadap penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu karena nilai koefisien jalur hanya sebesar 0.088 dengan kontribusi sebesar 0.77%.
3. Terdapat pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu dengan nilai koefisien jalur 0.213 dengan kontribusi sebesar 4.53 %.
4. Terdapat pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap penggunaan *search engine* siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu dengan nilai koefisien jalur 0.518 dengan kontribusi sebesar 26.83%.
5. Terdapat pengaruh langsung penggunaan *search engine* terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu dengan nilai koefisien jalur 0.162 dengan kontribusi sebesar 2.62 %.
6. Secara tidak langsung komunikasi kelompok melalui penggunaan *search engine* tidak berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu dengan nilai koefisien jalur 0,015 dengan kontribusi sebesar 0.02 %.
7. Secara tidak langsung penggunaan media sosial melalui penggunaan *search engine* tidak berpengaruh terhadap akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu dengan nilai koefisien jalur 0,083 dengan kontribusi sebesar 0.68%.

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dijelaskan bahwa variasi akhlak siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu paling besar dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa secara tidak langsung variabel perantara tidak memberikan pengaruh terhadap akhlak siswa.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Kepada siswa ketika melakukan komunikasi kelompok dengan siswa, menggunakan media sosial, dan menggunakan *search engine* agar melakukannya dengan hal yang positif agar tidak terpengaruh kepada hal-hal yang dapat merusak akhlak. Mengingat begitu cepatnya pertumbuhan media sosial di Indonesia, maka peneliti juga menyarankan kepada siswa agar lebih berhati-hati dalam menggunakan media sosial baik dari segi isi maupun pertemanan di media sosial.
2. Disarankan kepada para orang tua agar memberikan bimbingan, arahan, dan pengawasan kepada anaknya. Orang tua harus mengetahui dengan siapa anaknya bergaul, bagaimana aktivitas mereka ketika bermain media sosial dan menggunakan *search engine*. Dengan begitu pengaruh negatif ketika menggunakan media sosial dan pencarian informasi yang tidak relevan ketika menggunakan *search engine* dapat diminimalisir dalam mempengaruhi akhlak mereka.
3. Disarankan kepada para guru khususnya guru pendidikan agama Islam agar memberikan nasehat dan mengingatkan kepada siswanya sesering mungkin terkait pengaruh teman, media sosial, *search engine*, ataupun faktor lainnya yang dapat merusak akhlak mereka. Selain itu juga diharapkan kepada guru agar senantiasa menginstruksikan kepada siswanya agar menggunakan waktu luang mereka untuk hal-hal yang bermanfaat.
4. Kepada pihak sekolah disarankan agar melakukan kegiatan-kegiatan keagamaan bagi siswa di sekolah seperti kegiatan rutin pengajian, kegiatan

pesantren kilat secara berkala atau kegiatan-kegiatan yang semisal yang bertujuan untuk membentuk kepribadian dan akhlak siswa yang baik.

5. Disarankan kepada Dinas Pendidikan Kabupaten Deli Serdang, agar mengkaji ulang kurikulum sekolah. Demi menciptakan akhlak siswa yang baik hendaklah menggunakan kurikulum berbasis pendidikan karakter atau kurikulum yang di dalamnya dominan mengajarkan tentang akhlak, moral, maupun etika yang baik.
6. Mengingat dalam penelitian ini dampak yang paling besar dalam mempengaruhi akhlak adalah media sosial, maka diharapkan kepada siswa agar ketika menggunakan media sosial jangan terlalu berlebihan dalam menggunakannya, analisislah pesan-pesan yang ada di media sosial karena banyak pesan atau berita di media sosial itu mengarah kepada pesan atau berita bohong (*hoax*), berita palsu (*fake news*), dan ucapan kebencian (*hate speech*) yang tujuannya merusak sendi-sendi kehidupan manusia.

DAFTAR PUSTAKA

Alquran al-Karim

Ardial. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi* (Jakarta : Bumi Aksara, 2014).

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1983.

Alyusi, Shiefti Dyah. *Media Sosial : Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. Cet. 2. Jakarta: Prenada Media, 2018.

Baran, Stailey J. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. Terj. Nurul Hasfi. Jakarta: Erlangga, 2008.

Budianto, Heri dan Farid Hamid. *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Cet. 2. Jakarta: Kencana, 2013.

Ardianto, Ivinaro dkk. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Cet. 3. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1983.

Ashbahani, Abu Naim Ahmad bin Abdullah bin Ahmad bin Ishak bin Musa bin Mahran Alharani Al-. *Almusnād Almustahraj ‘Ala Şahīh Imam Muşlim*. Bairut: Dar Alkutub Alilmiah : 1996.

Asyarie, Sukmadjaya dan Rosy Yusuf. *Indeks Alqur’an*. Bandung: Pustaka, 1984.

Blumer, Katz, J. and M. Gurevitch. *Uses of Mass Communication by the Individual*. New York: Preager, 1974.

Bu, Donny dan Merry Magdalena. *Internet Sehat: Pedoman Berinternet Aman, Nyaman dan Bertanggung Jawab*. Jakarta: Siberkreasi, tt.

Budiningsih, C. Asri. *Pembelajaran Moral: Berpijak Pada Karakteristik Siswa dan Budaya*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008.

Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Cet. 6. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cet 12. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011.

- _____. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- Departemen Agama RI. *Mushaf Alquran Terjemah*. Jakarta: Al-Huda, 2002.
- Drajat, Manpan dan M. Ridwan Effendi. *Etika Profesi Guru*. Cet 2. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1999.
- _____. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, cetakan ketiga, 2007.
- _____. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2011.
- Fiske, John. *Introduction to Communication Studies/Pengantar Ilmu Komunikasi* terj. Hapsari Dwiningtyas. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Hamka, *Akhlaqul Karimah*, Jakarta : Gema Insani, 2017.
- Hanbal, Abu Abdillah Ahmad bin. *Musnad Imam Ahmad bin Hanbal*. Jilid 14 Beirut: Muasasah ar-Risalah, 2001.
- _____. *Musnad Imam Ahmad bin Hanbal*. Jilid 15. Beirut : Muasasah ar-Risalah, 2001.
- _____. *Musnad Imam Ahmad bin Hanbal*. Juz 2. Beirut : Muasasah ar-Risalah, 2001.
- _____. *Musnad Imam Ahmad bin Hanbal*. Beirut: Muasasah ar-Risalah, 2001.
- Handayani , Aprilia. *Hubungan Antara Interaksi Teman Sebaya dengan Perilaku Sosial Anak di TK Lab. Percontohan UPI Tahun Ajaran 2008/2009*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2009.
- Ilyas, Yunahar. *Kuliah Akhlaq*. Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam, 1999.
- Indrajit, Richardus Eko dkk. *Pemanfaatan Search Engine Sebagai Sarana Penunjang Proses Pembelajaran*. Yogyakarta, CV Andi Offset, 2006.
- Ismail, Hidiyatullah dan Syafril Siregar. *Akhlaq Islami: Membina Generasi Berprikabadian Islam*. Pekan Baru: Suska Press, 2011.

Jafi', Muhammad bin Isma'īl Abu Abdullah al-Bukhārī al-. *al Jami' as-Ṣaḥīh al-Mukhtaṣar (Sahih Bukhari) Juz 1*. Beirut: Dar Tuq An-Najah, 1422.

_____. *al Jami' as-Ṣaḥīh al-Mukhtaṣar (Sahih Bukhari) Juz 8*. Beirut: Dar Tuq An-Najah, 1422.

_____. *al Jami' as-Ṣaḥīh al-Mukhtaṣar (Sahih Bukhari) Juz 4*. Beirut: Dar Tuq An-Najah, 1422.

_____. *al Jami' as-Ṣaḥīh al-Mukhtaṣar (Sahih Bukhari) Juz 3*. Beirut: Dar Tuq An-Najah, 1422.

_____. *al Jami' as-Ṣaḥīh al-Mukhtaṣar (Sahih Bukhari) Juz 9*. Beirut: Dar Tuq An-Najah, 1422.

Kartono, Kartini. *Patologi Sosial 2 Kenakalan Remaja*. Cet. 13. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.

Kriyantono, Rachmat. *Riset Komunkasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Reltions, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Cet. 7. Jakarta: Kencana, 2014.

Kholil, Syukur. *Teori Komunikasi Massa*. Bandung: Ciptapustaka Media Perintis, 2011.

_____. *Komunikasi Islami*. Bandung: Citapustaka Media, 2007.

_____. *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung, Ciptapustaka Media, 2006

Kominfo. *Survey Penggunaan TIK 2017: Serta Implikasinya terhadap Aspek Sosial Budaya Masyarakat*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, 2017.

Komputer, Wahana. *Search engine Optimization(SEO): Cara Cepat Mendapatkan Rating Tinggi Di Search Engine*. Yogyakarta; CV Andi Offset, 2009.

Liliweri, Alo. *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.

_____. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Prenada Media Group, 2011.

_____. *Sosiologi & Komunikasi Organisasasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.

- Litteljohn S.W. *Theories of Human Communication*. California: Word Worth Publishing Company, 1989.
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. *Teori Komunikasi*. Terj. Muhammad Yusuf Hamdan. Jakarta : Salemba, 2009.
- Machfoedz, Ircham, dkk. *Budi Pekerti dan Tatakrama: Untuk Tenaga Kesehatan, Dosen, Mahasiswa, Pelajar, Umum* .Yogyakarta: Fitramaya, 2008.
- Mahali, Jalaluddin al- dan Jaluddin as-Suyuthi. *Tafsir Jalalain*. Jakarta: Pustaka Elba, 2010.
- Mardianto. *Teknik Pengelompokan Siswa*. Medan: IAIN Press, 2013.
- McQuail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa Buku I Edisi 6*, Terj. Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba, 2012.
- _____. *Teori Komunikasi Massa Buku II Edisi 6*, Terj. Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba, 2011.
- Mubarok, Achmad. *Akhlaq Manusia sebagai Konsep Pengembangan Karakter*. Jakarta : GMPAM-YPC-WAP, 2009.
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*. Cet. 7. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Mulyana, Deddy/ *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, cetakan kedua, 2001.
- Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Cet. 2. Jakarta: Kencana, 2014.
- Nasrullah, Ruli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Cet. 3 Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- _____. *Komunikasi AntarBudaya Di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Neuman, W. Lawrence. *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Terj. Edina T. Sofia. Jakarta: Indeks, 2013.
- Nizhan, Abu. *Buku Pintar Alqur'an*. Jakarta: Qultum Media, 2008.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Nurudin. *Media Sosial Agama Baru Masyarakat Milenial*. Malang: Intrasn Publishing, 2018.

- _____. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017.
- Pardede, Ratlan dan Renhard Manurung. *Analisis Jalur (Path Analysis) Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*. Jakarta : Rineka Cipta, 2014.
- Priyatno, Duwi. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Purnomo, Herry dan Theo Zacharias. *Pengenalan Informarmatika Perspektif Teknik dan Lingkungan*. Yogyakarta : ANDI, 2005.
- Purwanto, Djoko. *Komunikasi Bisnis* . Jakarta: Erlangga, 2003.
- Purwasito, Andrik. *Komunikasi Multikultural*. Surakarta: Muhammadiyah Universty Press, 2003.
- Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2007.
- _____. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Riduwan dan Engkos Achmat Kuncoro, *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung : Alfabeta, 2017.
- Saefullah, Ujang. *Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013.
- Sandjojo, Nidjo. *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: Sinar Harapan, 2011.
- Santosa, Slamet. *Dinamika Kelompok*. Jakarta: PT Bumi Aksara, Cet. 3, 2009.
- Santrock, John W. *Adolescence: Perkembangan Remaja Edisi Keenam*. Jakarta Erlangga, 2003.
- _____. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- _____. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- Sarwono, Jonathan. *Search Engine*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. *Psikologi Sosial Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan*. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.

- Sheikh, Abdullah bin Muhammad bin Abdur Rahman bin Ishaq Al-. *Tafsir Ibnu Katsir*, terj. M. Abdul Ghaffar, Jilid 5. Bogor: Pustaka Imam Syafii, 2004.
- Sijistani, Abu Dawud Sulaiman bin Al-Asy'ats As-. *Sunan Abi Daud. Juz 7*. Beirut: Dar Alrisalah Alalamiah, 2009.
- _____. *Sunan Abi Daud. Juz 2*. Beirut: Dar Alrisalah Alalamiah, 2009.
- _____. *Sunan Abi Daud. Juz 4*. Beirut: Dar Alrisalah Alalamiah, 2009.
- Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: BumiAksara, 2014.
- _____. *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Sitorus, Masganti. *Metodologi Penelitian Pendidikan Islam*. Medan: IAIN Press, 2011.
- Sofian Efendi dan Tukiran. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 2012.
- Sudjarwo dan Basrowi. *Manajemen Penelitian Sosial*. Bandung : Mandar Maju, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. 17. Bandung: Alfabeta, 2012.
- _____. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Susanto, Astrid S. *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial* . Bandung: Bina Cipta, 1983.
- Syafaruddin, dkk, *Metodologi Penelitian*. Medan: Fakultas Tarbiyah IAIN Sumut, 2006.
- Syahrum dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Ciptapustaka Media, 2009.
- Toha, Miftah. *Prilaku Organisasi; Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004.
- Tabroni, Roni. *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2012.
- Tafsir, Ahmad. *Cakrawala Pemikiran Pendidikan Islam*. Bandung: Mimbar Pustaka, 2004.

Tirmidzi, Muhammad bin Isa bin Saurah bin Musa bin Dhahak at-. *Al Jami' al-Kabir (Sunan at-Tirmidzi). Juz 3.* Beirut: Dar Al Gharb Al Islami, 1998.

_____ *Al Jami' al-Kabir (Sunan at-Tirmidzi). Juz 4.* Beirut: Dar Al Gharb Al Islami, 1998.

_____ *Sunan at-Tirmidzi. Juz 4.* Mesir: Sharikah Maktabah, 1975.

_____ *Al Jami' al-Kabir (Sunan at-Tirmidzi). Juz 6.* Beirut: Dar Al Gharb Al Islami, 1998.

Triastuti, Endah dkk. *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak Dan Remaja.* Depok: Puskakom, 2017.

Tubbs, Stewart L. dan Sylvia Moss. *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi.* Terj. Deddy Mulyana. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996.

Yusnadi dan Sani Susanti. *Dinamika Kelompok.* Medan: Unimed Press, 2014.

Widiyatmoko, Joko dan Ery Hermawan, *Mengenal Lebih Dekat Internet.* Yogyakarta : PT Citra Aji Permana, 2008.

Sumber dari Jurnal :

Journal unair.ac.id.

Jurnal Humaniora. Vol. 18.

Jurnal Psikopedagogia. Vol. 4.

Jurnal Mediator. Vol. 9.

Jurnal Mavi Atlas (Turky). Vol. Edisi 5.

Jurnal Rekam, Vol. 12.

Jurnal Komunikasi dan Bisnis, Vol. I No. 1

Jurnal Acta Diurna, Vol III. No.2.

Sage Journal, Vol. 25. No 2.

Social Behavior and Personality Journal, Volume 29, No 1.

Jurnal Metakom, Vol. 1 No 2.

Journal of the American Society for Information Science, 1998.

International Electronic Journal, Vol. 12, No 2, 2007.

Journal Computers in Human Behavior, vol. 51, 2015.

ScholarsArchive, Johnson & Wales University

Journal Computers in Human Behavior, vol. 59, 2016.

International Journal Health Communication, Vol. 22, 2007.

International Journal Health Communication, Vol. 12, 2004.

International Journal of Interactive Marketing, Vol. 26, 2012.

Sumber dari Internet :

<https://tumoutonews.com/2017/11/08/jumlah-penganut-agama-indonesia-tiap-provinsi>
(diunduh 16 Juni 2018).

[https://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil.Survei.Pemakaian.Internet.
Remaja.Indonesia](https://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil.Survei.Pemakaian.Internet.Remaja.Indonesia). (Diunduh tanggal 18 Juni 2018).

[https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-karakteristik-fungsi-
jenis-jenis-dampak.html](https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-karakteristik-fungsi-jenis-jenis-dampak.html) (diunduh 15 Februari 2019)

<http://bijakbersosmed.id/dampak-positif-dan-negatif-sosial-media> (diunduh 18 Februari 2019)

<http://referensi.data.kemdikbud.go.id>

LAMPIRAN 1

ANGKET

Judul Penelitian : Pengaruh Komunikasi Kelompok, Penggunaan Media Sosial, dan *Search Engine* Terhadap Akhlak Siswa Menengah Pertama Negeri di Kecamatan Pancur Batu

Peneliti : Daryanto Setiawan

Identitas Responden (siswa) :

- Usia : a. 13 tahun b. 14 thn c. 15 thn d. tahun
- Jenis Kelamin : a. Laki b. Perempuan
- Kelas : a. VII (tujuh) b. VIII (Delapan) c. IX (Sembilan)

Petunjuk Pengisian :

- Pilihlah salah satu jawaban terhadap pernyataan-pernyataan berikut yang sesuai dengan mencontreng (✓) atau menyilang (✗) pada salah satu kolom Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), atau Tidak Setuju (TS).
- Jawaban adalah rahasia dan tidak mengandung benar atau salah. Yang diharapkan adalah kejujuran anda memberikan jawaban sesuai dengan apa yang anda lakukan dan rasakan.
- Pada angket ini ada beberapa kata yang perlu dipahami yaitu komunikasi kelompok teman sebaya (teman yang usianya sama atau hampir sama), Media Sosial (*Facebook, Instagram, WhatShapp, Youtube, dll*), *Search Engine* (Mesin Pencari seperti *search engine, Yahoo!, Ask.Com, dll*)

A. ANGKET TENTANG KOMUNIKASI KELOMPOK

NO	Pernyataan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)
1.	Saya merasa nyaman jika berkomunikasi dengan teman-teman saya	SS	S	KS	TS
2.	Saya ingin terus berkomunikasi dengan teman-teman saya	SS	S	KS	TS
3.	Saya senang berkomunikasi dengan teman-teman saya karena memiliki perasaan yang sama	SS	S	KS	TS
4.	Ketika melakukan suatu aktivitas, saya senang jika melakukannya bersama teman-teman saya	SS	S	KS	TS

5.	Tidak menjadi masalah bagi saya jika ada yang mempengaruhi saya di luar kelompok teman-teman saya	SS	S	KS	TS
6.	Saya selalu menerima suatu keputusan jika pendapat itu dari teman-teman kelompok saya	SS	S	KS	TS
7.	Saya lebih suka tidak berpendapat karena takut pendapat saya ditolak	SS	S	KS	TS
8.	Setiap teman-teman saya memberikan ide, maka saya langsung menerimanya	SS	S	KS	TS
9.	Ketika berbeda pendapat dengan teman-teman kelompok saya, maka saya akan mengalah karena takut dikucilkan teman-teman	SS	S	KS	TS
10.	Jika teman mendesak dalam memutuskan suatu masalah, maka saya menyetujuinya	SS	S	KS	TS

B. ANGKET TENTANG PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

NO	Pernyataan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)
11.	Saya selalu berkomunikasi melalui media sosial	SS	S	KS	TS
12.	Saya senang bertukar informasi melalui media sosial	SS	S	KS	TS
13.	Ketika ada foto yang menarik maka saya akan mengunggahnya di media sosial	SS	S	KS	TS
14.	Ketika ada video yang unik maka saya juga akan mengunggahnya di media sosial	SS	S	KS	TS
15.	Saya banyak mendapat informasi dari media sosial	SS	S	KS	TS
16.	Saya menggunakan media sosial setiap hari	SS	S	KS	TS
17.	Saya menggunakan media sosial dari pulang sekolah sampai menjelang tidur	SS	S	KS	TS
18.	Saya lebih senang menggunakan media sosial daripada belajar	SS	S	KS	TS
19.	Meskipun banyak aktivitas, saya akan sempatkan untuk bermain media sosial	SS	S	KS	TS
20.	Saya lebih senang menggunakan media sosial daripada aktivitas lainnya seperti menonton TV, olahraga, atau aktivitas lainnya	SS	S	KS	TS
21.	Berteman di media sosial lebih menyenangkan daripada di dunia nyata	SS	S	KS	TS
22.	Dimanapun saya berada, saya selalu menggunakan media sosial	SS	S	KS	TS
23.	Jika kuota internet saya habis, maka saya akan berusaha untuk membeli kuota internet lagi	SS	S	KS	TS

24.	Ketika saya mendapat informasi di media sosial maka saya langsung membagikannya	SS	S	KS	TS
25.	Jika ada foto yang unik di media sosial maka akan saya langsung <i>like</i> dan membagikannya	SS	S	KS	TS
26.	Jika ada video yang unik di media sosial maka akan saya langsung <i>like</i> dan membagikannya	SS	S	KS	TS
27.	Foto yang saya dapatkan dari teman selalu sayaanggapi dengan memberikan komentar pada foto tersebut	SS	S	KS	TS
28.	Begitu juga dengan video yang saya dapatkan dari teman selalu sayaanggapi dengan memberikan komentar pada video tersebut	SS	S	KS	TS
29.	Ketika saya <i>update</i> status maka saya senang jika yang saya posting di komentari	SS	S	KS	TS

C. ANGKET TENTANG *SEARCH ENGINE* (GOOGLE)

NO	Pernyataan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)
30.	Lebih senang menggunakan <i>search engine</i> daripada membaca buku	SS	S	KS	TS
31.	Lebih senang menggunakan <i>search engine</i> daripada bertanya dengan orang tua	SS	S	KS	TS
32.	Lebih senang menggunakan <i>search engine</i> daripada bertanya dengan Teman	SS	S	KS	TS
33.	Gaya hidup yang saya jalani seperti cara berpakaian banyak saya dapatkan dengan mencari informasi dari <i>search engine</i>	SS	S	KS	TS
34.	Prilaku yang saya lakukan sekarang, juga saya dapatkan informasinya dari <i>search engine</i>	SS	S	KS	TS
35.	Setiap mendapatkan masalah, maka <i>search engine</i> sebagai solusi utamanya	SS	S	KS	TS
36.	Senang menggunakan <i>search engine</i> karena semua informasi ada di <i>search engine</i>	SS	S	KS	TS
37.	Saya selalu mencari informasi melalui <i>search engine</i>	SS	S	KS	TS
38.	<i>Search engine</i> merupakan media yang paling utama dibandingkan media lainnya	SS	S	KS	TS
39.	Isi informasi di <i>search engine</i> jauh lebih dibandingkan media lainnya	SS	S	KS	TS
40.	<i>Search engine</i> sangat berjasa dalam menjalani kehidupan ini	SS	S	KS	TS
41.	<i>Search engine</i> media paling efektif dalam menyelesaikan masalah	SS	S	KS	TS

D. ANGKET TENTANG AKHLAK

NO	Pernyataan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)
1.	Saya mengerjakan shalat 5 waktu	SS	S	KS	TS
2.	Saya selalu berpuasa di bulan Ramadhan	SS	S	KS	TS
3.	Merasa cukup dengan nikmat yang diberikan Allah	SS	S	KS	TS
4.	Tetap sabar meskipun tertimpa musibah	SS	S	KS	TS
5.	Segera bertaubat ketika berbuat dosa	SS	S	KS	TS
6.	Berani membela Nabi Muhammad jika ada yang mencelahnya	SS	S	KS	TS
7.	Senang mengikuti sunnah Nabi seperti makan dengan tangan kanan	SS	S	KS	TS
8.	Selalu membaca doa ketika beraktivitas	SS	S	KS	TS
9.	Selalu mengucapkan shalawat Nabi	SS	S	KS	TS
10.	Gemar menyebarkan ajaran Islam	SS	S	KS	TS
11.	Selalu mentaati perintah orang tua	SS	S	KS	TS
12.	Merendahkan diri dan berlemah lembut dihadapan orang tua	SS	S	KS	TS
13.	Meminta izin orang tua ketika mau pergi	SS	S	KS	TS
14.	Mendahulukan bakti orang tua daripada orang lain	SS	S	KS	TS
15.	Mendoakan orang tua setiap hari	SS	S	KS	TS
16.	Akan mendoakan orang tua ketika sudah meninggal dunia	SS	S	KS	TS
17.	Ketika berjumpa teman mengucapkan salam	SS	S	KS	TS
18.	Selalu datang memenuhi undangan teman	SS	S	KS	TS
19.	Menasehati teman jika ia bersalah	SS	S	KS	TS
20.	Senang menjenguk teman yang sakit	SS	S	KS	TS
21.	Membantu teman yang susah	SS	S	KS	TS
22.	Jika teman memiliki aib maka saya berusaha menutupi aibnya	SS	S	KS	TS
23.	Berbuat baik kepada hewan seperti memberinya makan ketika lapar	SS	S	KS	TS
24.	Senang merawat tanaman seperti sering menyirami bunga	SS	S	KS	TS
25.	Saya akan menegur orang jika ada yang merusak tanaman	SS	S	KS	TS

LAMPIRAN 2 : UJI COBA INSTRUMEN

Lampiran 2.1. Uji Validitas Komunikasi Kelompok

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Item_9	Item_10	Item_11	Item_12	Item_13	Item_14	Item_15	SKOR_TO TAL
Item_1	Pearson Correlation	1	.697	-.025	.378	.238	.313	-.075	.390	.401	.507	-.241	.206	-.323	.943	.697	.766
Item_2	Pearson Correlation	.697	1	-.166	.205	.380	.250	-.005	.277	.514	.479	-.292	.239	-.398	.736	1.000	.741
Item_3	Pearson Correlation	-.025	-.166	1	.081	-.247	.187	.082	-.069	.269	.237	-.217	.107	-.161	.041	-.166	.111
Item_4	Pearson Correlation	.378	.205	.081	1	.299	.084	-.348	.310	.289	.230	-.234	.016	-.208	.295	.205	.405
Item_5	Pearson Correlation	.238	.380	-.247	.299	1	.280	-.050	-.122	.235	.159	.097	.318	-.027	.185	.380	.512
Item_6	Pearson Correlation	.313	.250	.187	.084	.280	1	.206	.250	.257	.379	-.298	.204	-.195	.416	.250	.523
Item_7	Pearson Correlation	-.075	-.005	.082	-.348	-.050	.206	1	.045	-.129	.272	-.166	-.201	.471	-.027	-.005	.192
Item_8	Pearson Correlation	.390	.277	-.069	.310	-.122	.250	.045	1	-.165	.365	-.334	-.387	-.489	.445	.277	.225
Item_9	Pearson Correlation	.401	.514	.269	.289	.235	.257	-.129	-.165	1	.163	-.249	.472	-.335	.398	.514	.562
Item_10	Pearson Correlation	.507	.479	.237	.230	.159	.379	.272	.365	.163	1	-.096	-.042	-.184	.551	.479	.685
Item_11	Pearson Correlation	-.241	-.292	-.217	-.234	.097	-.298	-.166	-.334	-.249	-.096	1	.128	.202	-.269	-.292	-.114
Item_12	Pearson Correlation	.206	.239	.107	.016	.318	.204	-.201	-.387	.472	-.042	.128	1	-.045	.146	.239	.405
Item_13	Pearson Correlation	-.323	-.398	-.161	-.208	-.027	-.195	.471	-.489	-.335	-.184	.202	-.045	1	-.437	-.398	-.160
Item_14	Pearson Correlation	.943	.736	.041	.295	.185	.416	-.027	.445	.398	.551	-.269	.146	-.437	1	.736	.760
Item_15	Pearson Correlation	.697	1.000	-.166	.205	.380	.250	-.005	.277	.514	.479	-.292	.239	-.398	.736	1	.741
SKOR_TO TAL	Pearson Correlation	.766	.741	.111	.405	.512	.523	.192	.225	.562	.685	-.114	.405	-.160	.760	.741	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.559	.027	.004	.003	.310	.233	.001	.000	.549	.026	.399	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Lampiran 2.2. Uji Validitas Penggunaan Media Sosial

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Item_9	Item_10	Item_11	Item_12	Item_13	Item_14	Item_15	Item_16	Item_17	Item_18	Item_19	Item_20	SKOR_TOTAL
Item_1	Pearson Correlation	1	.585	.534	.514	.602	.594	.498	.319	.557	.397	.512	.626	.514	.231	.635	.300	.160	.021	.198	.284	.783
Item_2	Pearson Correlation	.585	1	.323	.540	.672	.675	.512	.469	.096	.250	.185	.287	.381	.085	.327	.382	.230	.173	.191	.385	.679
Item_3	Pearson Correlation	.534	.323	1	.769	.412	.127	.489	.011	.221	-.039	.093	.215	.475	.416	.309	.343	.326	.214	.480	.425	.597
Item_4	Pearson Correlation	.514	.540	.769	1	.398	.255	.489	.279	.148	-.109	.109	.244	.515	.113	.351	.518	.608	.519	.717	.645	.737
Item_5	Pearson Correlation	.602	.672	.412	.398	1	.749	.475	.302	.344	.167	.300	.559	.517	.312	.243	.200	-.010	-.029	.168	.377	.669
Item_6	Pearson Correlation	.594	.675	.127	.255	.749	1	.605	.516	.390	.418	.350	.586	.512	-.026	.350	.238	.011	-.040	.008	.194	.667
Item_7	Pearson Correlation	.498	.512	.489	.489	.475	.605	1	.628	.348	.133	.112	.384	.684	-.077	.445	.540	.307	.189	.315	.225	.736
Item_8	Pearson Correlation	.319	.469	.011	.279	.302	.516	.628	1	.358	.091	.109	.253	.283	-.399	.214	.404	.317	.303	.272	.105	.537
Item_9	Pearson Correlation	.557	.096	.221	.148	.344	.390	.348	.358	1	.243	.416	.577	.446	.181	.336	.184	.196	-.038	.173	.144	.548
Item_10	Pearson Correlation	.397	.250	-.039	-.109	.167	.418	.133	.091	.243	1	.747	.415	.214	.258	.216	.000	-.153	-.124	-.201	-.121	.322
Item_11	Pearson Correlation	.512	.185	.093	.109	.300	.350	.112	.109	.416	.747	1	.544	.256	.210	.206	.045	-.018	.083	.120	.135	.463
Item_12	Pearson Correlation	.626	.287	.215	.244	.559	.586	.384	.253	.577	.415	.544	1	.697	.251	.555	.222	.081	-.115	.099	.236	.667
Item_13	Pearson Correlation	.514	.381	.475	.515	.517	.512	.684	.283	.446	.214	.256	.697	1	.203	.466	.417	.369	.176	.466	.498	.788
Item_14	Pearson Correlation	.231	.085	.416	.113	.312	-.026	-.077	-.399	.181	.258	.210	.251	.203	1	.169	-.187	-.272	-.281	-.031	.203	.172
Item_15	Pearson Correlation	.635	.327	.309	.351	.243	.350	.445	.214	.336	.216	.206	.555	.466	.169	1	.446	.096	-.007	.178	.073	.576
Item_16	Pearson Correlation	.300	.382	.343	.518	.200	.238	.540	.404	.184	.000	.045	.222	.417	-.187	.446	1	.659	.381	.551	.238	.598
Item_17	Pearson Correlation	.160	.230	.326	.608	-.010	.011	.307	.317	.196	-.153	-.018	.081	.369	-.272	.096	.659	1	.653	.638	.576	.502
Item_18	Pearson Correlation	.021	.173	.214	.519	-.029	-.040	.189	.303	-.038	-.124	.083	-.115	.176	-.281	-.007	.381	.653	1	.713	.437	.369
Item_19	Pearson Correlation	.198	.191	.480	.717	.168	.008	.315	.272	.173	-.201	.120	.099	.466	-.031	.178	.551	.638	.713	1	.552	.564
Item_20	Pearson Correlation	.284	.385	.425	.645	.377	.194	.225	.105	.144	-.121	.135	.236	.498	.203	.073	.238	.576	.437	.552	1	.565
SKOR_TOTAL	Pearson Correlation	.783	.679	.597	.737	.669	.667	.736	.537	.548	.322	.463	.667	.788	.172	.576	.598	.502	.369	.564	.565	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.002	.002	.082	.010	.000	.000	.365	.001	.000	.005	.045	.001	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Lampiran 2.3. Uji Validitas Penggunaan Search Engine

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Item_9	Item_10	Item_11	Item_12	Item_13	Item_14	Item_15	SKOR_TOTAL
Item_1	Pearson Correlation	1	.612	.542	-.013	.330	-.158	-.396	.047	-.594	.593	.331	.442	.187	-.292	.354	.533
Item_2	Pearson Correlation	.612	1	.638	-.026	.562	-.154	-.336	.159	-.416	.713	.458	.456	.370	-.245	.194	.708
Item_3	Pearson Correlation	.542	.638	1	.403	.688	.144	-.562	.334	-.684	.533	.292	.322	.150	-.463	.439	.649
Item_4	Pearson Correlation	-.013	-.026	.403	1	.283	.494	-.315	.762	-.305	.046	.150	.040	.160	-.255	.233	.465
Item_5	Pearson Correlation	.330	.562	.688	.283	1	.366	-.233	.332	-.519	.448	.328	.382	.170	-.594	.321	.672
Item_6	Pearson Correlation	-.158	-.154	.144	.494	.366	1	.021	.460	-.232	-.160	.090	.027	.306	-.512	.456	.371
Item_7	Pearson Correlation	-.396	-.336	-.562	-.315	-.233	.021	1	-.403	.393	-.484	-.193	-.337	-.067	.039	-.315	-0.369
Item_8	Pearson Correlation	.047	.159	.334	.762	.332	.460	-.403	1	-.359	.271	.167	.060	.396	-.314	.286	.554
Item_9	Pearson Correlation	-.594	-.416	-.684	-.305	-.519	-.232	.393	-.359	1	-.450	-.065	-.157	-.239	.524	-.405	-0.409
Item_10	Pearson Correlation	.593	.713	.533	.046	.448	-.160	-.484	.271	-.450	1	.233	.616	.156	-.258	.374	.640
Item_11	Pearson Correlation	.331	.458	.292	.150	.328	.090	-.193	.167	-.065	.233	1	.307	.032	-.090	.150	.611
Item_12	Pearson Correlation	.442	.456	.322	.040	.382	.027	-.337	.060	-.157	.616	.307	1	.106	-.329	.438	.616
Item_13	Pearson Correlation	.187	.370	.150	.160	.170	.306	-.067	.396	-.239	.156	.032	.106	1	-.439	.269	.439
Item_14	Pearson Correlation	-.292	-.245	-.463	-.255	-.594	-.512	.039	-.314	.524	-.258	-.090	-.329	-.439	1	-.624	-0.479
Item_15	Pearson Correlation	.354	.194	.439	.233	.321	.456	-.315	.286	-.405	.374	.150	.438	.269	-.624	1	.552
SKOR_TOTAL	Pearson Correlation	.533	.708	.649	.465	.672	.371	-.369	.554	-.409	.640	.611	.616	.439	-.479	.552	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.010	.000	.044	.045	.001	.025	.000	.000	.000	.015	.007	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Lampiran 2.4. Uji Validitas Akhlak Siswa

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Item_9	Item_10	Item_11	Item_12	Item_13	Item_14	Item_15	Item_16	Item_17	Item_18	Item_19	Item_20	Item_21	Item_22	Item_23	Item_24	Item_25	Item_26	Item_27	Item_28	Item_29	Item_30	Item_31	Item_32	Item_33	Item_34	Item_35	SKOR_TO TAL
Item_1	Pearson Correlation	1	.631	.446	.756	.106	-.209	-.187	.085	.032	.261	.079	.071	.003	-.050	-.191	-.030	.209	-.010	-.020	.223	-.018	.096	.229	.051	-.115	.000	.265	-.113	.011	-.069	.017	-.037	-.044	-.002	.129	.199
Item_2	Pearson Correlation	.631	1	.482	.452	-.170	-.245	-.123	.165	.020	.271	.068	.198	-.184	-.277	-.144	-.253	.212	.058	-.028	.199	-.113	-.060	.231	.068	-.015	-.035	.164	-.070	-.147	-.039	-.043	-.020	-.061	-.148	.179	.122
Item_3	Pearson Correlation	.446	.482	1	.314	.046	-.114	-.278	.185	-.038	.091	.040	.137	-.072	-.129	-.117	-.109	.076	-.006	-.329	.074	-.085	.113	.270	.202	-.029	-.080	.137	.107	-.120	.153	.082	-.112	-.129	-.094	.341	.133
Item_4	Pearson Correlation	.756	.452	.314	1	.259	-.022	-.092	.109	-.245	.232	.218	.084	-.006	.173	-.031	.116	.171	.107	-.040	.110	-.212	.134	.106	.159	.000	.158	.333	-.026	.182	.060	.209	.163	.144	.017	.282	.294
Item_5	Pearson Correlation	.106	-.170	.046	.259	1	.451	-.165	.019	-.104	-.018	-.092	-.124	-.101	-.011	-.015	.195	.178	-.074	-.015	-.219	-.272	-.011	-.145	-.280	.011	.039	-.282	-.261	.141	-.053	.224	.206	.103	.375	.141	.037
Item_6	Pearson Correlation	-.209	-.245	-.114	-.022	.451	1	-.021	-.218	.153	-.320	-.422	-.413	-.320	-.038	-.025	-.013	-.073	-.141	-.119	-.327	-.301	-.109	-.237	-.321	-.219	.000	-.274	-.170	.066	.058	.192	-.089	.148	.083	.048	-.166
Item_7	Pearson Correlation	-.187	-.123	-.278	-.092	-.165	-.021	1	.319	-.341	.308	.274	.039	.211	.375	.118	.257	.128	.481	.164	.272	-.213	.395	-.089	.359	.215	.378	.503	.551	.206	.249	.008	-.024	.271	-.174	-.157	.304
Item_8	Pearson Correlation	.085	.165	.185	.109	.019	-.218	.319	1	-.401	.689	.536	.637	.326	.325	.405	.127	.583	.238	.300	.085	-.262	.027	.146	.274	.303	-.242	.497	.513	.379	.262	.177	.023	.080	-.111	.264	.465
Item_9	Pearson Correlation	.032	.020	-.038	-.245	-.104	.153	-.341	-.401	1	-.320	-.198	-.098	.018	-.263	-.025	.086	-.153	-.183	.100	-.107	.339	-.073	.086	-.086	.000	-.214	-.430	-.284	-.117	-.232	-.026	-.157	-.099	-.055	.008	-.135
Item_10	Pearson Correlation	.261	.271	.091	.232	-.018	-.320	.308	.689	-.320	1	.706	.529	.509	.270	.260	.111	.513	.339	.136	.144	-.085	.218	.138	.442	.571	.463	.547	.341	.237	-.009	.168	.049	.286	-.365	.223	.499
Item_11	Pearson Correlation	.079	.068	.040	.218	-.092	-.422	.274	.536	-.198	.706	1	.819	.599	.644	.608	.357	.582	.634	.395	.289	.176	.479	.382	.677	.792	.577	.631	.540	.457	.333	.394	.173	.487	-.129	.486	.769
Item_12	Pearson Correlation	.071	.198	.137	-.084	-.124	-.413	.039	.637	-.098	.529	.819	1	.557	.531	.745	.313	.762	.549	.589	.325	.182	.388	.580	.567	.639	.408	.527	.468	.497	.437	.477	.151	.359	.081	.623	.769
Item_13	Pearson Correlation	.003	-.184	-.072	-.006	-.101	-.320	.211	.326	.018	.509	.599	.557	1	.514	.534	.599	.535	.529	.404	.353	.383	.691	.378	.659	.599	.555	.414	.281	.475	.157	.392	-.122	.445	-.102	.320	.655
Item_14	Pearson Correlation	-.050	-.277	-.129	.173	-.011	-.038	.375	.325	-.263	.270	.644	.531	.514	1	.737	.524	.525	.683	.486	.468	.129	.562	.401	.583	.453	.518	.619	.502	.780	.539	.690	-.095	.701	.029	.488	.754
Item_15	Pearson Correlation	-.191	-.144	-.117	-.031	-.015	-.025	.118	.405	-.025	.260	.608	.745	.534	.737	1	.541	.692	.636	.733	.319	.060	.412	.491	.583	.643	.531	.342	.440	.769	.592	.776	-.028	.671	-.029	.734	.769
Item_16	Pearson Correlation	-.030	-.253	-.109	.116	.195	-.013	.257	.127	.086	.111	.357	.313	.599	.524	.541	1	.510	.502	.436	.354	.097	.596	.408	.518	.556	.563	.241	.257	.663	.408	.531	-.216	.514	.080	.411	.632
Item_17	Pearson Correlation	.209	.212	.076	.171	.178	-.073	.128	.583	-.153	.513	.582	.762	.535	.525	.692	.510	1	.598	.653	.453	.045	.471	.597	.478	.585	.642	.524	.398	.664	.486	.637	.055	.551	.194	.597	.840
Item_18	Pearson Correlation	-.010	.058	-.006	.107	-.074	-.141	.481	.238	-.183	.339	.634	.549	.529	.683	.636	.502	.598	1	.406	.639	.199	.735	.474	.811	.672	.750	.602	.644	.643	.512	.665	.081	.827	-.059	.640	.857
Item_19	Pearson Correlation	-.020	-.028	-.329	-.040	-.015	-.119	.164	.300	.100	.136	.395	.589	.404	.486	.733	.436	.653	.406	1	.389	.031	.245	.380	.235	.365	.333	.197	.155	.588	.392	.461	.029	.375	.228	.370	.564
Item_20	Pearson Correlation	.223	.199	.074	.110	-.219	-.327	.272	.085	-.107	.144	.289	.325	.353	.468	.319	.354	.453	.639	.389	1	.142	.538	.752	.431	.271	.501	.521	.244	.572	.472	.470	-.098	.552	.112	.296	.616
Item_21	Pearson Correlation	-.018	-.113	-.085	-.212	-.272	-.301	-.213	-.262	.339	-.085	.176	.182	.383	.129	.060	.097	.045	.199	.031	.142	1	.297	.108	.221	.121	-.034	-.023	-.090	.003	-.354	.097	-.046	.159	.089	.013	.113
Item_22	Pearson Correlation	.096	-.060	.113	.134	-.011	-.109	.395	.027	-.073	.218	.479	.388	.691	.562	.412	.596	.471	.735	.245	.538	.297	1	.550	.704	.537	.654	.514	.383	.394	.424	.471	.000	.604	.111	.363	.729
Item_23	Pearson Correlation	.229	.231	.270	.106	-.145	-.237	-.089	.146	.086	.138	.382	.580	.378	.401	.491	.408	.597	.474	.380	.752	.108	.550	1	.433	.424	.496	.434	.203	.501	.640	.513	-.024	.432	.222	.489	.676
Item_24	Pearson Correlation	.051	.068	.202	.159	-.280	-.321	.359	.274	-.086	.442	.677	.567	.659	.583	.583	.518	.478	.811	.235	.431	.221	.704	.433	1	.728	.665	.642	.662	.436	.426	.525	.030	.623	-.255	.595	.786
Item_25	Pearson Correlation	-.115	-.015	-.029	.000	.011	-.219	.215	.303	.000	.571	.792	.639	.599	.453	.643	.556	.585	.672	.365	.271	.121	.537	.424	.728	1	.738	.358	.463	.447	.378	.475	.108	.658	-.216	.548	.734
Item_26	Pearson Correlation	.000	-.035	-.080	.158	.039	.000	.378	.242	-.214	.463	.577	.408	.555	.518	.531	.563	.642	.750	.333	.501	-.034	.654	.496	.665	.738	1	.563	.573	.542	.577	.556	.109	.742	-.049	.471	.781
Item_27	Pearson Correlation	.265	.164	.137	.333	-.282	-.274	.503	.497	-.430	.547	.631	.527	.414	.619	.342	.241	.524	.602	.197	.521	-.023	.514	.434	.642	.358	.563	1	.681	.429	.516	.324	.069	.384	.019	.274	.698
Item_28	Pearson Correlation	-.113	-.070	.107	-.026	-.261	-.170	.551	.513	-.284	.341	.540	.468	.281	.502	.440	.257	.398	.644	.155	.244	-.090	.383	.203	.662	.463	.573	.681	1	.360	.587	.307	.096	.376	-.162	.398	.591
Item_29	Pearson Correlation	.011	-.147	-.120	.182	.141	.066	.206	.379	-.117	.237	.457	.497	.475	.780	.769	.663	.664	.643	.588	.572	.003	.394	.501	.436	.447	.542	.429	.360	1	.528	.805	-.157	.729	.013	.627	.758
Item_30	Pearson Correlation	-.069	-.039	.153	.060	-.053	.058	.249	.262	-.232	-.009	.333	.437	.157	.539	.592	.408	.486	.512	.392	.472	-.354	.424	.640	.426	.378	.577	.516	.587	.528	1	.463	-.021	.414	.170	.486	.615
Item_31	Pearson Correlation	.017	-.043	.082	.209	.224	.192	.008	-.177	-.026	.168	.394	.477	.392	.690	.776	.531	.637	.665	.461	.470	.097	.471	.513	.525	.475	.556	.324	.307	.805	.463	1	-.066	.836	.020	.811	.753
Item_32	Pearson Correlation	-.037	-.020	-.112	.163	.206	-.089	-.024	.023	-.157	.049	.173	.151	-.122	-.095	-.028	-.216	.055	.081	.029	-.098	-.046	.000	-.024	.030	.108	.109	.069	.096	-.157	-.021	-.066	1	-.076	.425	-.014	.076
Item_33	Pearson Correlation	-.044	-.061	-.129	.144	.103	.148	.271	.080	-.099	.286	.487	.359	.445	.701	.671	.514	.551	.827	.375	.552	.159	.604	.432	.623	.658	.742	.384	.376	.729	.414	.836	-.076	1	-.144	.633	.754
Item_34	Pearson Correlation	-.002	-.148	-.094	.017	.375	.083	-.174	-.111	-.055	-.365																										

Lampiran 2.5. Uji Reliabilitas

a. Komunikasi Kelompok

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	10

b. Penggunaan Media Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	19

c. Penggunaan *Serch Engine*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	12

d. Akhlak Siswa

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.956	25

LAMPIRAN 3 : DATA DASAR

Lampiran 3.1. Data Variabel Akhlak Siswa

Resp.	Nomor Butir Soal																									Jlh	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
1	2	4	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	65	
2	2	4	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	65	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	77
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	80	
5	4	4	4	4	3	4	4	1	1	3	3	4	4	4	1	4	1	1	3	2	3	2	4	4	3	75	
6	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	82	
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	79	
8	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	0	4	3	2	2	2	3	3	3	4	1	1	70	
9	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	3	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	78	
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	0	3	4	4	4	4	4	4	4	82	
11	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	71	
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	88	
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75	
14	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	76	
15	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	79	
16	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	80	
17	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73	
18	2	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	73	
19	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	70	
20	2	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	75	
21	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	72	
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1	2	3	2	3	3	3	3	3	73	
23	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	83	
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	77	
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	1	3	4	3	4	4	4	4	4	82	
26	2	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	2	2	79	
27	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	80	
28	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	78	
29	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	80	
30	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	81	
31	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	4	3	4	77	
32	2	4	3	3	2	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	71	
33	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	72	
34	2	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	82	
35	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	78	
36	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	75	
37	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73	
38	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	71	
39	2	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	73	
40	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	81	
41	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	80	
42	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	79	
43	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	80	
44	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	72	
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75	
46	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	0	0	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	88	
47	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	78	
48	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	48	
49	0	4	4	4	4	4	4	4	2	2	0	4	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	54	
50	1	2	3	4	4	4	4	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56	
51	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	71	
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75	
53	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	72	
54	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73	
55	4	3	2	3	4	3	2	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	0	2	2	74	
56	4	3	1	3	3	2	2	4	3	4	1	3	4	2	1	2	2	3	4	4	3	2	3	1	2	66	
57	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	87	
58	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	72	
59	3	1	3	1	2	3	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2	3	2	56	
60	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	71	

131	1	2	2	2	2	1	1	1	1	4	1	2	2	2	2	2	3	0	3	2	1	1	1	2	1	42
132	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	35
133	1	2	2	2	2	1	1	1	1	4	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	1	2	2	3	48
134	0	0	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3	1	1	2	1	1	1	2	1	34
135	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	36
136	1	2	2	2	2	1	1	1	1	4	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	1	1	2	1	44
137	1	2	2	2	2	1	1	1	1	4	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	1	1	2	1	45
138	2	3	2	2	2	3	3	1	2	4	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1	2	1	51
139	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	4	3	2	1	1	1	2	2	45
140	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	37
141	2	2	2	2	2	1	1	1	1	4	1	2	2	2	2	2	3	0	3	2	1	1	1	2	1	43
142	2	4	2	4	4	1	1	1	1	4	1	2	2	2	2	2	3	4	3	2	4	1	1	2	1	56
143	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	74
144	1	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	1	1	1	2	1	41
145	2	2	2	2	2	1	1	1	1	4	1	2	2	2	2	2	3	0	3	2	1	1	1	2	1	43
146	1	2	2	2	2	1	1	1	1	4	1	2	2	2	2	2	3	0	3	2	1	1	1	2	1	42
147	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	0	3	2	1	1	1	2	1	40
148	1	2	3	2	2	1	1	1	1	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	2	1	2	1	48
149	2	3	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	1	2	2	2	46
150	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	35
151	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	32
152	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	32
153	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
154	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	32
155	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
156	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
157	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
158	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
159	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
160	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
161	0	1	1	1	2	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
162	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
163	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
164	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
165	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	26
166	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
167	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
168	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	33
169	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
170	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
171	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
172	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
173	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
174	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
175	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27
176	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27
177	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
178	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
179	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
180	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	34
181	1	2	2	2	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	2	3	0	3	2	0	0	1	0	1	26
182	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27
183	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
184	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
185	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	30
186	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
187	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
188	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
189	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
190	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
191	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	37
192	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
193	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	36
194	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
195	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
196	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
197	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25
198	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25
199	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	27
200	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29

Lampiran 3.2. Data Variabel Komunikasi Kelompok

Resp.	Nomor Butir Soal										Jlh
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	2	4	1	4	2	4	4	4	33
2	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	32
3	4	3	4	4	2	4	4	4	1	2	32
4	4	4	3	4	2	2	4	3	1	2	29
5	4	4	4	4	4	3	4	1	1	4	33
6	4	3	2	3	2	2	4	0	2	2	24
7	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
8	3	2	2	3	1	2	4	4	1	4	26
9	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	34
10	3	4	2	4	3	3	3	2	3	3	30
11	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	37
12	4	4	3	4	3	3	4	3	1	2	31
13	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	32
14	4	4	3	4	3	3	3	3	1	2	30
15	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	27
16	4	4	4	3	4	3	3	2	3	2	32
17	4	4	3	4	3	4	4	3	1	3	33
18	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	36
19	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	36
20	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	37
21	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	29
22	4	4	4	4	1	4	3	3	3	4	34
23	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	27
24	4	4	3	4	3	3	3	2	2	2	30
25	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	34
26	4	3	2	3	4	3	4	4	1	2	30
27	3	4	3	3	2	3	3	2	2	2	27
28	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	27
29	4	4	4	4	2	4	1	4	4	4	35
30	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	33
31	2	3	2	4	3	1	4	2	2	2	25
32	4	3	3	4	2	4	3	2	2	3	30
33	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	30
34	4	4	3	4	2	3	3	2	2	2	29
35	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	27
36	4	4	4	4	2	4	1	4	4	4	35
37	4	4	3	4	3	3	4	3	1	3	32
38	4	4	3	4	3	3	4	3	1	3	32
39	4	4	3	3	3	3	2	4	2	1	29
40	4	3	4	4	2	4	1	4	4	4	34
41	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
42	4	3	3	4	2	4	2	4	3	4	33
43	4	3	2	4	1	3	3	1	2	2	25
44	4	4	2	3	3	4	2	4	2	3	31
45	4	3	3	4	2	4	2	1	1	1	25
46	4	4	2	4	4	2	4	3	1	2	30
47	4	3	3	3	2	3	3	4	1	3	29
48	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	32
49	4	0	4	4	1	4	0	4	1	4	26
50	3	2	2	3	1	3	3	2	2	3	24
51	4	4	3	4	3	2	3	2	2	2	29
52	3	4	2	4	3	2	4	2	2	2	28
53	4	4	3	4	2	4	4	3	2	2	32
54	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	33
55	4	4	4	4	2	4	1	4	4	4	35
56	3	2	3	2	2	2	1	3	2	3	23
57	4	3	3	4	3	2	4	3	1	3	30
58	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	26
59	4	3	2	3	4	2	2	1	4	2	27
60	4	4	2	4	1	2	4	1	1	2	25

61	3	3	3	4	3	3	4	2	1	2	28
62	4	3	4	4	3	3	2	4	4	2	33
63	4	4	3	3	2	3	4	4	3	4	34
64	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	31
65	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	31
66	4	3	4	4	3	3	2	4	4	2	33
67	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	32
68	4	4	3	4	3	4	4	2	2	2	32
69	4	4	3	4	4	3	4	4	1	2	33
70	4	4	4	4	1	4	4	1	1	1	28
71	3	3	3	3	1	3	4	3	1	3	27
72	3	3	3	3	4	3	4	3	1	3	30
73	4	3	2	3	2	2	4	2	1	1	24
74	4	4	3	4	2	3	4	2	1	1	28
75	3	3	4	3	2	3	2	2	2	1	25
76	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	36
77	3	4	3	4	3	3	4	2	1	1	28
78	4	4	4	4	4	3	3	3	1	2	32
79	3	3	3	4	2	2	4	2	2	1	26
80	4	4	4	4	3	1	4	1	2	1	28
81	3	3	3	4	4	3	3	3	1	2	29
82	4	4	3	2	3	2	3	2	2	3	28
83	4	2	4	3	3	2	1	2	3	3	27
84	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	33
85	4	4	3	3	2	3	3	0	1	2	25
86	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	28
87	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	28
88	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	29
89	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	25
90	3	3	3	3	3	2	3	4	2	2	28
91	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	35
92	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	36
93	4	3	3	4	2	3	4	3	2	1	29
94	3	2	1	4	4	2	4	2	1	1	24
95	4	4	2	4	2	2	4	2	2	1	27
96	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	34
97	4	4	2	4	2	2	4	2	2	1	27
98	4	4	2	4	1	2	4	2	2	1	26
99	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	26
100	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	26
101	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	29
102	3	3	2	4	3	3	2	2	2	2	26
103	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	32
104	4	4	3	3	4	4	4	2	1	2	31
105	4	4	4	3	4	3	4	2	1	2	31
106	4	4	2	4	4	4	4	4	1	4	35
107	3	4	4	4	3	2	4	3	2	4	33
108	3	3	4	4	0	3	2	2	2	2	25
109	4	3	3	3	4	3	3	3	2	0	28
110	4	3	3	3	4	3	3	4	2	0	29
111	4	4	2	4	2	2	4	2	2	1	27
112	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	32
113	4	4	2	4	2	3	4	3	2	2	30
114	4	3	2	4	4	1	4	2	2	0	26
115	4	4	3	4	1	4	3	0	2	4	29
116	4	4	4	4	3	4	4	2	2	1	32
117	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	33
118	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	35
119	3	4	3	4	3	3	2	4	3	2	31
120	4	4	4	4	4	3	4	2	2	1	32
121	4	4	3	4	2	4	4	3	2	1	31
122	4	4	4	4	2	3	3	4	3	2	33
123	4	1	1	4	3	3	4	4	2	4	30
124	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	27
125	3	4	3	4	3	2	2	4	3	2	30

126	4	4	3	3	2	3	3	2	1	2	27
127	4	4	4	4	2	3	2	3	4	2	32
128	4	4	4	4	1	4	1	3	2	4	31
129	3	2	2	1	4	3	1	4	3	4	27
130	4	4	3	4	4	4	3	3	1	2	32
131	4	4	3	4	4	3	4	2	1	2	31
132	4	3	3	2	2	1	2	2	2	2	23
133	4	4	2	4	4	4	4	2	2	1	31
134	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	36
135	4	4	2	4	4	3	4	2	1	1	29
136	4	3	3	4	3	2	4	2	3	2	30
137	4	4	3	3	3	2	4	2	3	2	30
138	4	2	3	4	4	2	4	2	3	2	30
139	4	4	3	3	3	2	4	2	3	2	30
140	4	4	2	4	4	3	4	2	1	1	29
141	4	3	3	4	3	3	4	4	1	2	31
142	4	4	4	4	2	3	1	2	4	2	30
143	4	4	3	4	2	3	3	2	4	2	31
144	4	3	3	4	3	2	3	4	2	3	31
145	4	4	4	4	3	3	4	3	1	2	32
146	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	32
147	4	4	4	4	3	3	4	3	1	2	32
148	4	4	4	4	1	4	3	4	2	4	34
149	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	36
150	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	35
151	4	4	4	4	1	4	1	4	2	4	32
152	4	4	4	4	1	4	1	4	2	4	32
153	3	4	3	2	4	3	4	4	1	2	30
154	4	4	4	4	3	4	3	4	1	1	32
155	3	3	2	3	3	4	4	3	1	2	28
156	3	3	2	3	3	4	4	3	1	2	28
157	4	4	3	3	3	2	4	2	3	2	30
158	4	3	3	4	3	2	4	3	2	2	30
159	4	4	3	3	4	3	3	1	4	2	31
160	4	4	4	3	4	3	4	2	1	2	31
161	3	3	2	3	4	2	4	2	2	1	26
162	4	3	3	4	3	4	4	3	1	2	31
163	4	3	3	4	4	2	4	2	1	1	28
164	4	4	4	4	4	2	4	2	1	1	30
165	4	3	3	4	2	3	3	2	1	1	26
166	4	3	3	4	4	3	4	2	1	2	30
167	4	4	3	4	3	4	0	2	2	2	28
168	4	4	3	4	3	4	4	3	2	2	33
169	4	4	3	3	3	3	1	3	4	2	30
170	4	3	3	3	2	2	3	2	2	2	26
171	4	3	2	2	2	2	3	2	1	3	24
172	4	4	3	4	2	3	1	3	4	2	30
173	4	4	3	4	2	3	2	4	2	2	30
174	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	28
175	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	27
176	3	3	2	4	3	2	4	2	2	2	27
177	3	3	2	2	2	2	3	1	1	2	21
178	4	3	2	2	2	2	3	2	1	3	24
179	4	4	2	4	4	3	4	2	1	1	29
180	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	24
181	4	3	2	3	2	2	3	3	2	2	26
182	3	3	3	3	4	2	4	1	2	2	27
183	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	25
184	3	4	2	4	2	4	2	3	2	2	28
185	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	24
186	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	24
187	4	4	2	4	1	3	1	3	3	1	26
188	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	24
189	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	26
190	3	2	4	4	3	3	1	3	2	1	26

191	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	27
192	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	27
193	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32
194	3	2	3	4	3	1	2	2	3	3	26
195	4	4	3	4	1	3	1	1	3	2	26
196	4	3	2	3	3	3	2	3	1	2	26
197	4	3	2	3	2	3	2	3	1	2	25
198	4	3	2	3	2	3	2	3	2	2	26
199	4	4	4	4	0	3	1	4	1	2	27
200	4	4	3	4	4	3	1	3	1	2	29
201	4	4	2	3	3	3	1	3	1	2	26
202	4	4	2	3	3	3	1	3	1	2	26
203	4	4	0	2	3	4	1	4	1	1	24
204	3	3	3	3	3	1	1	2	1	4	24
205	3	3	3	4	4	2	1	2	2	1	25
206	4	4	2	3	2	3	3	2	3	2	28
207	4	3	3	4	3	2	2	4	2	3	30
208	4	4	2	3	3	4	2	3	2	2	29
209	4	3	3	4	3	3	2	3	4	2	31
210	3	3	2	1	4	3	1	3	1	1	22
211	4	3	3	4	3	3	2	3	4	2	31
212	4	4	2	3	2	3	3	2	3	2	28
213	3	3	1	1	4	3	1	3	1	2	22
214	4	3	3	3	1	3	2	4	1	3	27
215	4	4	2	3	3	2	1	2	1	2	24
216	3	3	0	3	3	4	2	3	2	2	25
217	3	3	2	1	4	3	1	3	2	2	24
218	4	3	2	3	2	3	2	2	2	2	25
219	3	4	3	4	3	2	2	4	2	3	30
220	4	3	2	4	2	1	1	2	1	2	22
221	4	4	2	4	3	3	2	2	2	2	28
222	4	4	3	4	1	4	4	4	2	2	32
223	4	4	2	3	3	3	1	4	1	1	26
224	4	4	4	4	3	4	2	3	1	3	32
225	3	4	3	2	3	3	1	2	1	1	23
226	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	34
227	4	4	3	3	2	3	1	2	3	1	26
228	3	2	2	3	3	2	1	1	1	2	20
229	4	4	2	4	4	0	1	3	2	4	28
230	4	1	2	4	4	3	3	3	1	3	28
231	1	1	4	4	2	2	4	1	3	2	24
232	4	4	2	3	3	3	2	3	2	2	28
233	2	2	1	3	2	3	1	1	2	4	21
234	4	4	2	3	3	4	2	3	3	2	30
235	4	4	4	4	1	3	3	4	4	4	35
236	4	4	2	4	4	3	2	3	2	2	30
237	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
238	4	4	4	4	1	3	2	4	2	3	31
239	3	3	3	4	4	4	3	3	1	3	31
240	3	4	2	3	4	3	1	3	2	3	28
241	4	3	4	4	3	3	1	3	2	3	30
242	4	3	4	4	2	0	2	2	1	1	23
243	3	3	3	3	4	2	2	3	2	1	26
244	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	36
245	4	4	0	3	3	3	1	3	2	3	26
246	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3	34
247	4	4	3	3	3	2	0	3	4	3	29
248	4	4	3	3	3	3	2	3	2	1	28
249	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	34
250	4	4	3	3	3	3	1	3	2	1	27

251	3	3	3	3	1	3	2	3	2	4	27
252	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	36
253	3	2	1	3	4	3	2	3	2	3	26
254	3	4	3	4	2	3	3	4	1	3	30
255	3	3	3	4	3	4	3	2	3	4	32
256	2	2	3	2	3	3	1	3	2	3	24
257	4	3	3	4	2	4	2	4	3	2	31
258	4	3	3	4	2	3	1	4	2	2	28
259	4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	29
260	4	3	3	4	3	4	1	3	1	1	27
261	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	29
262	4	3	4	4	2	4	2	3	1	2	29
263	4	4	3	4	2	3	2	2	2	1	27
264	4	4	2	3	2	3	2	3	2	2	27
265	3	3	1	3	4	3	2	3	2	2	26
266	4	4	3	4	2	3	2	2	3	4	31
267	4	4	3	4	3	4	1	3	2	1	29
268	4	4	2	4	1	4	1	4	2	4	30
269	3	4	2	3	3	3	2	2	1	2	25
270	3	2	2	4	2	4	2	3	1	2	25
271	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	33
272	3	4	2	4	2	4	2	3	2	2	28
273	2	1	4	4	4	3	2	4	1	2	27
274	4	3	3	3	3	4	1	3	2	3	29
275	4	3	3	3	4	1	1	2	1	3	25
276	4	3	3	4	2	3	3	2	2	3	29
277	4	0	3	4	3	2	2	3	2	2	25
278	4	4	2	4	2	4	2	2	1	2	27
279	4	4	1	4	4	0	1	3	1	3	25
280	3	4	3	4	3	3	2	3	2	2	29
281	4	3	3	3	4	1	3	2	3	2	28
282	4	4	4	4	3	4	2	3	2	2	32
283	4	4	3	3	0	3	2	3	2	3	27
284	4	4	3	3	3	3	1	3	2	2	28
285	4	3	4	4	3	3	2	2	2	3	30
286	3	4	4	3	1	3	4	4	3	4	33
287	3	2	2	4	2	4	2	3	1	2	25
288	4	3	4	0	2	4	2	3	2	2	26
289	4	3	3	4	1	4	3	4	2	2	30
290	4	4	1	4	3	2	2	4	1	3	28
291	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	31
292	4	3	3	4	3	2	2	2	1	3	27
293	3	3	2	3	2	3	2	3	0	2	23
294	3	3	2	3	4	2	2	3	2	2	26
295	4	3	3	4	2	3	3	2	3	3	30
296	4	4	4	4	3	4	2	3	2	2	32
297	4	4	3	3	2	3	2	2	1	1	25
298	4	4	3	4	2	4	2	3	3	3	32
299	4	3	2	4	2	3	1	2	1	1	23
300	3	4	3	3	2	4	2	4	3	2	30

Lampiran 3.3. Data Variabel Penggunaan Media Sosial

Resp.	Nomor Butir Soal																			JLH
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	65	
2	2	3	3	3	4	2	1	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	3	44
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
4	2	3	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	40	
5	4	4	4	4	4	1	1	2	1	1	1	1	4	1	1	1	2	3	2	42
6	3	3	2	3	4	4	2	1	3	2	3	4	4	4	2	2	1	2	2	51
7	3	3	3	2	3	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	41
8	4	1	2	3	4	3	2	2	3	2	1	2	3	4	2	3	1	2	2	46
9	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	1	4	4	4	4	3	3	4	65	
10	4	4	3	3	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	58
11	3	4	4	4	4	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	3	2	1	41
12	2	3	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	32	
13	2	3	3	3	4	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	41
14	4	3	2	2	3	3	1	1	2	1	1	2	3	2	2	3	2	2	3	42
15	3	3	1	1	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	44
16	3	2	2	3	4	4	2	1	2	1	1	3	3	2	1	1	3	3	2	43
17	3	3	3	3	4	4	2	2	1	3	1	1	2	3	3	3	2	2	2	47
18	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	43
19	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	43
20	3	2	1	3	2	4	2	1	2	1	1	1	3	2	1	1	3	3	2	38
21	3	3	1	1	3	3	3	2	1	2	2	3	1	2	1	3	1	3	3	41
22	3	3	1	1	3	3	3	2	3	2	2	2	3	1	2	1	3	1	3	42
23	3	3	1	1	3	3	3	2	3	2	2	2	3	1	2	1	3	1	3	42
24	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	50
25	3	2	3	3	3	3	2	1	3	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	52
26	2	3	2	2	4	2	2	2	1	2	1	2	3	3	2	2	2	2	3	42
27	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	55
28	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	46
29	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	55
30	2	3	4	4	2	1	1	1	1	1	4	4	4	3	1	1	4	4	0	45
31	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	36
32	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	46
33	3	3	4	4	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	4	2	2	2	3	51
34	4	4	4	4	4	4	2	1	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	54
35	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	41
36	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	56
37	2	3	2	2	3	1	1	1	2	1	2	1	1	2	3	2	2	2	2	35
38	2	3	2	2	3	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	34
39	3	4	2	3	3	3	1	2	2	1	3	2	3	1	2	2	2	2	2	43
40	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	0	4	4	4	3	65
41	4	4	3	3	4	3	3	0	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	62
42	4	4	3	3	4	2	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	58
43	2	3	2	2	3	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	40
44	4	3	2	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	51
45	3	3	1	1	3	3	1	1	1	1	1	3	1	0	3	3	3	3	3	38
46	2	2	2	2	4	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	35
47	4	3	4	3	3	2	4	3	1	4	3	2	4	3	4	1	4	3	2	57
48	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	4	48
49	4	1	4	1	1	4	1	4	4	4	0	0	0	0	4	4	4	4	0	44
50	3	2	3	4	3	2	1	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	1	4	46
51	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	47
52	2	3	2	2	3	4	2	2	2	1	1	4	4	2	2	2	2	2	3	45
53	4	4	3	4	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	4	52
54	1	1	2	1	1	3	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	1	2	2	45
55	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	1	4	3	3	4	4	65
56	4	3	4	2	1	3	4	3	3	2	4	3	1	4	2	4	3	4	1	55
57	3	3	3	3	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	50
58	3	2	1	1	3	2	1	1	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	42
59	3	2	4	3	1	2	3	2	3	3	4	3	2	3	1	3	4	3	1	50
60	2	3	3	2	4	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	47

61	2	3	3	2	3	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	38
62	3	1	4	4	3	2	1	2	2	1	1	2	3	4	4	4	3	3	4	51
63	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	2	0	3	3	3	3	3	3	43	
64	4	3	4	3	3	4	3	1	3	2	1	3	3	3	2	2	3	2	3	52
65	4	3	4	3	3	4	3	1	3	2	1	3	3	3	2	2	3	2	3	52
66	3	1	4	4	3	2	1	2	2	1	1	2	3	4	4	4	3	3	4	51
67	2	2	2	4	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	4	4	4	4	4	45
68	3	4	2	3	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	4	48
69	4	3	4	4	4	2	2	1	2	4	2	2	3	1	2	3	2	4	4	53
70	2	2	4	4	4	4	2	2	3	2	2	0	3	4	4	4	2	2	3	53
71	3	1	3	1	3	2	1	1	3	3	2	2	4	3	2	2	3	2	3	44
72	3	1	3	1	3	2	1	1	1	1	1	3	4	3	3	3	3	3	3	43
73	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	47
74	2	3	2	2	3	3	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	3	37
75	2	2	2	4	3	2	3	3	3	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	39
76	2	3	3	3	4	2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	3	2	2	3	45
77	2	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	45
78	4	3	2	1	3	4	3	3	3	2	2	2	3	1	1	1	2	2	1	43
79	3	1	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	3	47
80	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3	1	1	3	1	1	1	2	2	1	34
81	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	52
82	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	52
83	4	2	2	2	4	4	2	3	3	2	2	2	4	2	2	2	1	1	2	46
84	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	27
85	3	4	3	3	3	1	2	1	1	1	1	2	3	3	2	2	3	3	2	43
86	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	48
87	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	48
88	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	45
89	2	1	2	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	1	1	1	2	2	3	37
90	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	43
91	3	3	3	3	4	2	1	1	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	3	45
92	3	3	3	3	4	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	3	3	2	42
93	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	34
94	1	2	2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	36
95	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	68
96	3	3	3	4	3	3	2	1	2	1	0	3	3	4	3	3	2	2	3	48
97	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	68
98	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	69
99	4	4	2	4	2	0	3	2	4	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	60
100	4	4	2	2	2	3	1	2	4	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	46
101	2	2	2	1	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	43
102	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	41
103	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	36
104	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2	40
105	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	1	2	1	0	0	0	2	2	2	34
106	4	4	4	1	4	1	3	2	1	2	3	4	3	2	2	3	2	3	3	51
107	3	2	3	4	4	3	1	1	2	2	2	4	0	2	3	2	4	4	3	49
108	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	41
109	3	0	4	3	3	2	1	1	3	1	1	2	3	1	2	2	3	3	2	40
110	3	2	4	3	3	2	1	1	3	1	1	2	3	1	2	2	3	3	1	41
111	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	2	3	45
112	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	36
113	4	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	50
114	3	2	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
115	3	2	3	3	4	4	1	1	2	1	2	0	3	4	3	3	3	3	2	47
116	4	3	4	4	4	3	2	1	2	1	2	2	3	2	3	3	3	2	2	50
117	4	4	4	4	4	4	3	2	1	2	1	2	3	3	3	3	3	2	2	54
118	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	40
119	3	4	3	4	3	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	55
120	4	4	4	4	4	3	2	1	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	52
121	4	4	4	4	3	3	2	1	2	1	1	2	1	4	2	2	4	4	4	52
122	3	3	3	3	4	2	3	2	1	1	1	3	3	3	1	3	3	2	3	47
123	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	3	2	3	3	3	2	2	41
124	2	3	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38
125	3	4	3	4	3	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	44

126	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	40
127	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
128	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	70	
129	1	2	2	2	3	0	4	2	4	1	3	2	4	2	1	3	3	1	4	44
130	4	4	4	3	4	4	3	1	1	2	2	4	4	3	3	4	4	3	2	59
131	4	3	2	2	4	4	1	1	3	1	1	3	3	2	2	2	2	1	1	42
132	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2	35
133	1	1	2	4	4	3	2	3	1	4	2	4	2	3	1	4	2	3	2	48
134	2	3	3	3	2	2	1	1	1	1	2	1	3	2	2	2	1	1	1	34
135	3	2	2	2	3	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	3	3	2	36
136	3	2	2	4	3	3	1	2	2	2	0	0	3	3	3	4	2	2	3	44
137	3	3	2	2	4	3	2	1	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	45
138	4	3	2	4	4	3	1	1	4	3	4	3	2	1	2	3	3	2	2	51
139	3	3	2	2	4	3	2	1	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	45
140	3	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	3	3	2	37
141	2	2	3	3	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	3	3	4	3	4	43
142	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	56
143	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
144	3	3	2	4	3	2	1	3	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	41
145	4	3	2	2	4	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	43
146	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	2	1	3	3	2	3	3	3	4	42
147	3	3	3	1	3	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	40
148	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	48
149	3	4	3	4	4	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	3	46
150	3	3	3	3	4	4	1	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	4	52
151	4	3	3	3	3	4	4	1	3	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	54
152	4	3	3	3	3	4	4	1	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	55
153	3	4	2	2	1	2	1	1	2	2	1	3	4	2	1	1	2	2	3	39
154	1	3	0	1	3	1	1	1	1	4	1	2	2	1	1	1	1	1	1	27
155	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	46
156	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	46
157	3	2	2	2	4	3	3	1	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	46
158	2	3	3	3	3	2	1	1	2	2	2	0	0	0	0	0	3	3	1	31
159	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	50
160	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2	40
161	3	2	2	3	3	3	3	2	0	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	50
162	3	3	1	1	3	2	1	3	2	2	2	3	1	1	2	1	2	2	3	38
163	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	2	1	3	45
164	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	2	1	3	45
165	2	2	2	2	4	3	1	1	3	1	1	1	3	2	2	2	1	1	1	35
166	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	1	2	3	3	3	1	2	2	2	43
167	4	3	3	2	3	2	2	1	2	2	1	3	3	3	2	2	2	2	3	45
168	4	4	3	2	4	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	48
169	3	4	2	2	3	3	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	44
170	4	4	2	2	3	3	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	45
171	2	3	3	3	4	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	44
172	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	2	2	4	2	2	2	2	2	3	48
173	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	2	2	4	2	2	2	2	2	3	48
174	4	4	4	3	4	4	1	2	2	3	4	3	4	0	2	2	2	2	2	52
175	3	4	3	1	3	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	34
176	2	3	2	1	4	3	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	42
177	1	2	3	3	2	3	1	2	3	2	2	2	2	3	3	1	2	2	3	42
178	2	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	43
179	3	2	1	2	3	2	2	1	2	1	1	1	2	3	2	1	3	3	2	37
180	4	4	4	3	4	4	3	1	1	2	2	3	0	3	3	2	2	2	3	50
181	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	41
182	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	37
183	2	3	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	41
184	3	2	2	3	4	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	51
185	2	2	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	3	2	31

186	4	3	4	3	4	3	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	56
187	3	3	3	3	3	3	2	1	1	2	1	2	2	4	4	4	3	3	50
188	3	4	3	3	4	3	4	2	2	1	2	3	2	3	4	3	3	2	54
189	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	56
190	3	3	4	4	4	3	2	1	1	1	1	3	4	3	3	3	3	3	52
191	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0	1	1	1	1	4	4	4	60
192	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	53
193	4	4	1	4	4	2	2	2	3	1	1	2	4	4	4	4	3	3	55
194	3	3	4	4	3	4	0	3	1	2	1	4	4	2	2	3	4	3	54
195	3	3	3	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	31
196	3	0	0	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	47
197	2	3	2	2	3	1	1	2	1	2	2	1	2	4	2	2	3	2	40
198	2	3	2	3	3	3	2	2	2	1	1	2	3	3	3	3	3	2	45
199	2	3	2	3	3	3	2	2	2	1	1	2	3	3	3	3	3	3	47
200	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2	4	2	4	58
201	2	0	2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	3	3	4	4	3	42
202	2	3	2	2	3	3	0	1	1	2	2	3	2	3	2	4	4	3	45
203	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	52
204	3	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	50
205	4	4	3	3	3	3	1	1	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	51
206	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	31
207	4	4	3	4	3	2	1	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	4	54
208	4	4	3	3	2	3	1	1	2	4	4	2	2	3	3	3	3	2	52
209	4	4	3	3	2	3	1	1	2	4	4	2	2	3	3	3	3	2	52
210	3	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	4	1	2	3	3	36
211	4	4	3	3	2	3	1	1	2	4	4	2	2	3	3	3	3	2	52
212	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	31
213	3	3	1	2	3	2	1	1	1	2	1	2	3	1	1	1	1	3	34
214	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	49
215	4	3	4	4	4	4	4	1	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	65
216	4	4	3	3	4	4	2	1	2	2	3	3	2	3	3	3	4	2	55
217	3	2	1	4	3	1	2	3	4	3	2	1	3	4	1	4	3	1	49
218	4	4	3	3	4	3	2	2	1	2	1	3	2	4	4	4	2	3	55
219	4	4	3	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	61
220	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	32
221	2	2	2	3	3	2	1	1	2	1	1	2	1	2	3	2	3	3	38
222	3	4	4	4	4	3	3	2	1	1	1	2	3	3	4	4	4	3	57
223	3	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	3	2	2	2	3	37
224	4	4	2	4	3	1	2	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	2	36
225	3	4	2	2	3	3	2	2	3	2	1	3	3	1	1	1	2	2	41
226	2	2	3	3	3	2	1	1	2	1	1	1	1	3	3	3	2	2	39
227	3	3	2	3	3	3	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	40
228	3	3	2	2	3	2	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	39
229	1	1	2	3	3	2	2	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	42
230	2	3	1	2	4	3	4	2	4	4	2	3	3	4	1	4	2	4	56
231	1	2	3	4	3	4	1	0	2	3	3	2	4	4	1	1	1	1	41
232	4	4	4	4	3	4	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	58
233	3	2	2	4	2	3	2	4	2	3	2	4	1	2	4	4	2	4	51
234	4	3	3	3	4	2	1	1	2	1	1	2	3	3	3	3	3	3	48
235	2	2	1	1	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	32
236	2	1	2	2	3	2	1	1	2	1	2	0	4	3	3	2	2	2	37
237	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	62
238	2	3	1	2	4	2	0	1	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	42
239	3	3	3	2	3	2	1	1	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	56
240	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	2	2	33
241	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	53
242	4	1	1	1	4	4	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	3	3	39
243	3	2	3	3	2	2	1	1	2	1	1	3	1	2	3	3	3	3	42
244	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	58
245	2	4	3	3	4	2	2	1	2	1	2	2	3	2	3	3	3	3	48

246	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	67
247	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	66
248	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	60
249	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	2	4	3	2	3	3	3	3	3	51
250	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	3	3	2	2	42
251	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	2	2	3	58
252	3	3	4	4	4	3	4	0	4	4	3	4	3	4	4	3	3	0	4	61
253	1	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	1	1	27
254	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	63
255	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	63
256	4	3	1	1	3	2	2	3	2	2	1	3	3	2	2	1	3	3	2	43
257	2	3	2	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38
258	1	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	2	3	3	3	3	2	2	40
259	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	47
260	3	3	3	3	4	4	2	1	2	1	1	2	3	4	3	3	3	2	3	50
261	3	3	3	3	3	1	1	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	3	41
262	2	2	3	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	2	2	2	40
263	4	2	3	2	4	2	3	3	2	3	2	4	2	4	2	4	3	2	3	54
264	2	4	3	3	4	2	2	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	47
265	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	24
266	3	4	4	3	3	3	2	1	1	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	52
267	3	3	3	2	3	1	1	1	2	1	1	3	3	3	3	2	2	2	3	42
268	4	4	1	4	4	3	1	1	1	1	1	3	2	2	4	3	3	3	4	49
269	3	2	1	1	3	2	1	1	4	1	2	2	4	1	2	1	2	1	2	36
270	4	3	3	3	3	2	1	1	2	1	2	2	3	4	4	4	3	3	2	50
271	4	4	2	3	4	2	1	1	1	2	1	3	1	3	2	1	4	3	2	44
272	3	2	2	3	4	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	51
273	1	2	3	2	4	2	1	1	2	1	1	2	2	3	3	3	2	2	2	39
274	4	4	3	3	4	3	1	1	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	4	52
275	3	3	4	3	4	3	3	2	2	2	2	3	4	2	3	3	2	2	3	53
276	3	2	3	3	3	2	2	1	1	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	46
277	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	3	2	3	3	2	2	3	43
278	3	4	2	2	4	3	1	2	2	2	1	2	3	3	1	1	1	1	3	41
279	3	4	2	2	4	3	2	2	1	1	2	3	3	2	2	2	3	2	3	46
280	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	2	2	4	3	4	3	54
281	3	1	1	1	2	4	1	2	1	3	3	3	4	3	2	1	3	1	4	43
282	2	3	2	3	3	2	2	1	1	1	1	1	2	2	3	3	2	2	3	39
283	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
284	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	1	2	2	3	3	3	3	3	4	48
285	2	2	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	3	2	2	4	4	2	35
286	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	2	4	1	4	64
287	4	3	3	3	3	2	1	1	1	1	2	2	3	4	4	4	3	3	2	49
288	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	30
289	2	3	2	2	3	4	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	42
290	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	27
291	3	3	3	3	3	2	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	3	3	2	43
292	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	3	4	4	45
293	1	3	2	2	3	2	1	1	2	2	2	3	3	4	3	3	2	1	1	41
294	2	3	3	3	3	2	1	1	1	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	44
295	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	43
296	2	2	1	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	33
297	2	2	1	1	3	2	1	1	1	1	1	2	2	3	3	1	2	2	3	34
298	3	3	2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	40
299	3	3	3	3	3	4	1	2	2	2	1	1	2	3	3	3	2	2	4	47
300	3	4	2	3	4	3	2	1	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	53

Lampiran 3.4. Data Variabel Penggunaan *Search Engine*

Resp.	Nomor Butir Soal												Jlh
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	13
4	3	2	2	2	1	2	4	3	3	3	2	2	29
5	1	1	1	4	3	2	4	4	4	3	3	3	33
6	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4	2	1	34
7	3	2	2	1	1	3	3	3	2	2	2	3	27
8	3	4	4	1	1	2	4	4	3	3	2	2	33
9	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	30
10	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	32
11	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	3	2	18
12	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	13
13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
14	3	2	2	3	2	1	3	4	4	4	2	2	32
15	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	34
16	3	2	3	2	1	2	2	3	4	4	4	4	34
17	2	2	1	3	2	1	4	4	4	3	1	2	29
18	2	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4	4	33
19	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	4	4	31
20	3	2	3	2	1	2	2	3	4	4	4	4	34
21	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	30
22	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	30
23	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	30
24	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	29
25	3	2	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	39
26	2	2	2	3	2	1	3	3	3	3	2	2	28
27	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	29
28	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	26
29	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	27
30	4	4	4	4	4	4	4	1	2	3	2	1	37
31	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	1	37
32	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	33
33	2	2	2	2	2	2	4	3	2	3	2	2	28
34	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	28
35	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	28
36	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	26
37	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	19
38	2	2	2	2	1	1	2	2	1	3	2	1	21
39	2	2	3	1	2	1	2	2	1	3	2	2	23
40	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	44
41	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	40
42	2	2	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	39
43	2	2	2	2	1	3	2	3	3	3	2	2	27
44	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	30
45	1	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	30
46	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	27
47	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	31
48	1	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	24
49	3	3	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
50	4	4	4	2	1	1	3	3	1	1	2	2	28
51	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	29
52	1	1	1	1	1	1	3	2	4	3	2	3	23
53	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	31
54	3	4	3	3	1	1	1	3	3	3	1	1	27
55	4	3	2	4	2	3	4	2	4	3	4	2	37
56	1	3	4	2	3	3	4	4	2	1	2	3	32
57	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	30
58	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	31
59	3	2	3	2	3	2	1	1	3	2	3	1	26
60	2	2	2	2	1	1	2	2	3	1	1	1	20

61	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	26
62	2	2	2	2	2	4	4	4	3	3	2	3	33
63	1	1	1	3	1	1	3	3	3	3	3	3	26
64	2	2	3	1	2	2	2	2	3	3	2	2	26
65	2	2	3	1	2	2	2	2	3	3	2	2	26
66	2	2	2	2	2	4	4	4	3	3	2	3	33
67	1	1	1	3	3	2	4	4	2	2	4	1	28
68	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	19
69	2	2	2	3	2	1	3	4	2	2	2	2	27
70	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	27
71	2	3	3	2	2	3	2	3	1	3	2	3	29
72	1	1	1	2	1	3	3	3	3	3	1	3	25
73	3	3	3	2	2	1	3	3	2	2	2	2	28
74	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	28
75	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	2	2	22
76	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	29
77	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	28
78	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	23
79	3	2	2	2	1	2	1	2	3	3	3	4	28
80	2	2	1	1	1	1	2	1	3	3	2	2	21
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
82	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	31
83	2	3	3	3	3	2	3	2	1	1	1	1	25
84	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	14
85	1	1	1	3	1	2	4	3	3	3	2	2	26
86	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	29
87	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	29
88	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	29
89	1	2	2	1	1	1	2	3	2	3	2	3	23
90	2	2	2	1	3	2	3	3	3	2	1	2	26
91	1	1	2	3	3	1	3	3	2	3	2	3	27
92	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	2	30
93	2	1	2	1	2	1	2	2	3	3	2	2	23
94	1	2	1	1	2	1	2	2	4	4	2	2	24
95	3	3	2	2	1	1	3	2	2	2	1	2	24
96	2	2	2	3	3	1	2	3	2	2	2	2	26
97	3	3	2	2	1	1	3	2	2	2	1	1	23
98	3	3	2	2	1	1	3	0	2	2	2	1	22
99	2	2	4	1	1	4	4	2	2	4	4	4	34
100	4	2	2	1	1	4	4	2	2	2	1	2	27
101	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	23
102	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31
103	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	22
104	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	23
105	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	23
106	3	1	3	2	4	1	3	2	1	3	2	1	26
107	2	2	4	4	3	2	4	4	2	3	2	3	35
108	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31
109	1	2	2	1	1	2	3	4	3	3	2	2	26
110	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	3	2	19
111	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	26
112	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	22
113	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	44
114	1	1	1	1	1	2	1	1	4	4	3	2	22
115	1	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	34
116	1	1	1	2	2	2	3	3	2	3	1	2	23
117	1	1	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	20
118	2	2	2	2	2	2	2	0	3	2	3	2	24
119	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	28
120	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	25
121	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	43
122	3	3	3	2	1	1	3	3	2	3	2	2	28
123	2	2	2	2	2	1	4	4	3	4	3	3	32
124	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	27
125	1	1	1	3	2	2	2	2	3	3	2	1	23

126	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	27
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
128	4	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4	41
129	3	2	3	1	4	1	4	3	1	1	1	1	25
130	1	2	2	1	2	3	1	4	2	3	1	4	26
131	1	1	1	1	1	3	4	3	4	4	3	3	29
132	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	27
133	4	3	2	3	1	4	2	3	2	4	1	2	31
134	2	3	3	2	2	1	3	2	4	3	3	3	31
135	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	23
136	1	2	1	2	2	3	3	2	2	1	3	4	26
137	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	2	2	29
138	2	2	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	36
139	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	2	2	29
140	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	22
141	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	17
142	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	30
143	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4	42
144	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	32
145	2	1	2	1	1	1	3	2	3	2	2	1	21
146	1	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	17
147	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	23
148	2	2	2	1	1	1	3	3	3	3	2	2	25
149	2	2	2	1	1	2	3	3	2	3	1	1	23
150	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	4	31
151	1	1	1	3	3	2	3	3	3	3	2	4	29
152	1	1	1	3	3	2	3	3	3	3	2	4	29
153	2	2	3	3	2	1	1	2	3	4	3	3	29
154	2	2	1	1	1	2	3	3	3	1	1	1	21
155	3	2	3	2	1	1	3	3	3	3	2	2	28
156	3	2	3	2	1	1	3	3	3	3	2	2	28
157	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	25
158	4	3	2	3	4	2	0	3	1	2	0	2	26
159	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	32
160	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	23
161	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	29
162	3	1	2	3	1	2	3	1	2	2	3	3	26
163	3	2	3	2	2	2	4	4	4	4	2	3	35
164	3	2	3	2	2	2	4	4	4	4	2	3	35
165	1	2	2	1	1	1	3	2	1	1	1	1	17
166	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	23
167	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	20
168	2	2	2	1	3	2	3	3	2	3	3	2	28
169	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	1	24
170	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	1	24
171	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	24
172	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	3	41
173	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	3	41
174	2	2	1	1	2	2	2	3	3	2	2	2	24
175	1	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	22
176	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
177	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
178	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
179	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	24
180	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	14
181	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	26
182	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	22
183	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	20
184	1	1	2	1	1	1	2	2	3	3	3	3	23
185	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2	1	1	19

186	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	25
187	1	2	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	21
188	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	28
189	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	37
190	4	3	4	3	3	1	3	3	3	4	1	2	34
191	1	1	1	1	1	4	4	4	0	3	3	3	26
192	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	31
193	1	1	1	1	3	3	3	3	1	1	1	2	21
194	2	3	2	1	1	3	3	3	2	2	2	2	26
195	2	2	2	1	1	1	3	1	3	3	3	3	25
196	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	32
197	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	2	25
198	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	19
199	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
200	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
201	2	2	4	2	1	1	3	3	4	4	1	3	30
202	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	19
203	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
204	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	28
205	4	3	4	2	2	1	2	3	2	2	2	1	28
206	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	20
207	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	32
208	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	29
209	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	30
210	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	3	2	21
211	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	30
212	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	20
213	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	2	0	18
214	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	31
215	3	1	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	28
216	2	2	2	2	0	3	3	2	3	3	2	3	27
217	4	4	3	2	1	4	1	4	4	4	4	4	39
218	3	2	3	2	1	1	3	3	3	3	2	2	28
219	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	30
220	1	1	2	1	1	1	2	2	3	3	2	1	20
221	1	1	3	1	1	1	3	3	3	3	1	1	22
222	3	2	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2	40
223	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	22
224	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	14
225	3	2	3	2	1	2	3	2	1	1	1	2	23
226	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	18
227	1	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3	3	27
228	2	1	2	1	2	2	1	2	3	3	2	1	22
229	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	23
230	2	2	2	1	3	4	2	0	2	3	3	4	28
231	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	14
232	4	2	2	3	2	3	4	4	2	2	3	3	34
233	4	4	4	4	3	3	3	1	1	1	1	4	33
234	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	20
235	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	14
236	3	3	3	2	2	3	1	1	3	3	3	1	28
237	2	2	3	3	4	0	4	2	4	3	3	1	31
238	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	28
239	4	4	4	3	2	4	3	2	4	3	3	4	40
240	1	1	1	3	2	3	3	2	2	2	1	2	23
241	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	32
242	4	2	2	2	2	1	4	2	2	2	3	2	28
243	1	3	1	3	1	1	3	3	3	3	1	2	25
244	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	25
245	2	2	2	2	2	2	4	4	2	3	3	2	30

246	4	2	3	2	2	1	4	4	4	4	4	2	36
247	4	2	3	2	2	1	4	4	4	4	4	2	36
248	2	3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	3	37
249	1	1	1	3	1	1	4	3	3	3	3	3	27
250	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	20
251	4	4	0	2	3	4	4	4	3	4	3	4	39
252	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	39
253	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	28
254	4	4	4	3	2	4	4	3	4	2	4	3	41
255	4	4	4	3	2	4	4	3	4	2	4	3	41
256	3	1	1	3	3	3	2	1	2	2	3	2	26
257	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	27
258	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	2	1	17
259	1	1	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	21
260	2	1	2	3	2	2	3	2	3	4	2	1	27
261	2	2	2	3	2	1	3	3	2	2	2	2	26
262	2	4	2	2	2	4	4	2	4	4	2	2	34
263	4	2	4	2	4	2	3	3	4	2	4	2	36
264	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	26
265	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	18
266	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	1	2	21
267	2	2	2	3	3	2	3	3	4	4	3	2	33
268	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	0	2	24
269	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	27
270	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	28
271	2	1	1	3	2	2	4	2	3	2	1	1	24
272	1	1	2	1	1	1	2	2	3	3	3	3	23
273	1	2	2	4	3	3	2	2	1	1	2	3	26
274	2	2	2	2	3	4	4	3	3	4	3	4	36
275	1	2	2	1	1	1	2	3	3	3	2	2	23
276	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	23
277	2	2	2	3	3	3	4	2	3	3	2	2	31
278	2	3	3	2	1	2	4	4	4	4	2	4	35
279	1	1	1	2	2	2	0	4	2	3	3	3	24
280	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	41
281	3	3	3	2	1	2	3	2	2	2	1	2	26
282	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
283	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	29
284	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	34
285	1	1	1	1	1	3	1	1	2	2	2	3	19
286	2	4	1	3	1	4	3	3	4	1	1	1	28
287	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	1	3	29
288	3	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	22
289	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	28
290	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	14
291	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	22
292	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	16
293	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	29
294	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	25
295	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
296	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	28
297	1	2	3	1	1	2	3	2	2	3	2	3	25
298	3	1	2	2	2	1	2	2	3	4	2	1	25
299	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	16
300	2	2	2	3	3	2	3	3	1	3	2	3	29

LAMPIRAN 4 : PENGUJIAN PERSYARATAN ANALISIS

1. Uji Normalitas

a. Komunikasi Kelompok

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		KOMUNIKASI KELOMPOK
N		300
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	5.3762
	Std. Deviation	.32223
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.075
	Negative	-.076-
Kolmogorov-Smirnov Z		1.324
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Penggunaan Media Sosial

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		MEDIA_SOSIAL
N		300
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	6.7682
	Std. Deviation	.65505
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.052-
Kolmogorov-Smirnov Z		.921
Asymp. Sig. (2-tailed)		.364

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Penggunaan *Search Engine*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		SEARCH ENGINE
N		300
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	5.1866
	Std. Deviation	.61417
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.066-
Kolmogorov-Smirnov Z		1.268
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

d. Akhlak Siswa

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		AKHLAK SISWA
N		300
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.0135
	Std. Deviation	.01476
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.067-
Kolmogorov-Smirnov Z		1.342
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Homogenitas

a. Perhitungan Uji Homogenitas Varians X4 dan X1

Sampel	dk	S_i^2	$\text{Log}S_i^2$	$(dk)\text{Log}S_i^2$	n1
X1	281	12.00651	1.08	303.31612	3,373.83
X4	240	289.5995	2.46	590.83147	69,503.88
JLH	521			894.1476	72,877.71

S^2	139.88
$\text{Log } S^2$	2.15
Nilai B	1,117.94
Nilai X^2	514.72
X^2 Tabel	575.2

b. Perhitungan Uji Homogenitas Varians X3 dan X1

Sampel	dk	S_i^2	$\text{Log}S_i^2$	$(dk)\text{Log}S_i^2$	n1
X1	281	12.00651	1.08	303.31612	3,373.83
X3	268	40.80949	1.61	431.68398	10,936.94
JLH	549			735.00011	14,310.77

S^2	26.07
$\text{Log } S^2$	1.42
Nilai B	777.43
Nilai X^2	97.60
X^2 Tabel	604.6

c. Perhitungan Uji Homogenitas Varians X4 dan X2

Sampel	dk	S_i^2	$\text{Log}S_i^2$	$(dk)\text{Log}S_i^2$	n1
X2	254	80.00735	1.90	483.39499	20,321.87
X4	240	289.5995	2.46	590.83147	69,503.88
JLH	494			1074.2265	89,825.75

S^2	181.83
$\text{Log } S^2$	2.26
Nilai B	1,116
Nilai X^2	96.72
X^2 Tabel	546.8

d. Perhitungan Uji Homogenitas Varians X3 dan X2

Sampel	dk	Si ²	LogSi ²	(dk)LogSi ²	n1
X2	254	80.00735	1.90	483.39499	20,321.87
X3	268	40.80949	1.61	431.68398	10,936.94
JLH	522			915.07897	31,258.81

S ²	59.88
Log S ²	1.78
Nilai B	928
Nilai X ²	29.15
X ² Tabel	576.3

e. Perhitungan Uji Homogenitas Varians X4 dan X3

Sampel	dk	Si ²	LogSi ²	(dk)LogSi ²	n1
X4	240	289.5995	2.46	590.83147	69,503.88
X3	268	40.80949	1.61	431.68398	10,936.94
JLH	508			1022.5155	80,440.82

S ²	158.35
Log S ²	2.20
Nilai B	1,117
Nilai X ²	218.24
X ² Tabel	561.5

3. Uji Linieritas

a. Perhitungan Signifikansi dan Uji Linieritas X4 dan X1

ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5847.492	1	5847.492	21.582	.000
1 Residual	80742.758	298	270.949		
1 Total	86590.250	299			

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.851	8.021		2.226	.027
1	X1	1.276	.275	.260	4.646	.000

b. Perhitungan Signifikansi dan Uji Linieritas X3 dan X1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	478.825	1	478.825	12.425	.000
	Residual	11483.922	298	38.537		
	Total	11962.747	299			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.999	3.025		5.620	.000
	X1	.365	.104	.200	3.525	.000

c. Perhitungan Signifikansi dan Uji Linieritas X4 dan X2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9874.675	1	9874.675	38.358	.000
	Residual	76715.575	298	257.435		
	Total	86590.250	299			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.590	4.656		5.711	.000
	X2	.598	.097	.338	6.193	.000

d. Perhitungan Signifikansi dan Uji Linieritas X3 dan X2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3211.076	1	3211.076	109.339	.000
	Residual	8751.671	298	29.368		
	Total	11962.747	299			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.472	1.573		7.295	.000
	X2	.341	.033	.518	10.457	.000

e. Perhitungan Signifikansi dan Uji Linieritas X4 dan X3

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8258.277	1	8258.277	31.417	.000
	Residual	78331.973	298	262.859		
	Total	86590.250	299			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.929	4.195		7.611	.000
	X3	.831	.148	.309	5.605	.000

LAMPIRAN 5 : ANALISIS MODEL

a. Matrik Korelasi

Correlations

		X1	X2	X3	X4
X1	Pearson Correlation	1	.225**	.200**	.260**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0
	N	300	300	300	300
X2	Pearson Correlation	.225**	1	.518**	.338**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0
	N	300	300	300	300
X3	Pearson Correlation	.200**	.518**	1	.309**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0
	N	300	300	300	300
X4	Pearson Correlation	.260**	.338**	.309**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	
	N	300	300	300	300

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Analisis Pengaruh Langsung sub Struktur Model Pertama

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.525	.276	.271	5.401	.276	56.550	2	297	.000

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3299.162	2	1649.581	56.550	.000
	Residual	8663.585	297	29.170		
	Total	11962.747	299			

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.427	2.806		2.647	.009
	X1	.161	.092	.088	1.738	.083
	X2	.328	.033	.498	9.833	.000

MODEL X3 dan X2 (Akhir)

Correlations

		X3	X2
Pearson Correlation	X3	1.000	.518
	X2	.518	1.000
Sig. (1-tailed)	X3	.	.000
	X2	.000	.
N	X3	300	300
	X2	300	300

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.518	.268	.266	5.419	.268	109.339	1	298	.000

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3211.076	1	3211.076	109.339	.000
	Residual	8751.671	298	29.368		
	Total	11962.747	299			

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.472	1.573		7.295	.000
	X2	.341	.033	.518	10.457	.000

c. Analisis Pengaruh Langsung sub Struktur Model Kedua

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.411	.169	.160	15.593	.169	20.037	3	296	.000

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14616.364	3	4872.121	20.037	.000
	Residual	71973.886	296	243.155		
	Total	86590.250	299			

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.598	8.197		-.073	.942
	X1	.881	.268	.179	3.283	.001
	X2	.378	.111	.213	3.405	.001
	X3	.437	.168	.162	2.609	.010

DAFTAR TABEL STATISIK
TABEL T, TABEL R, DAN TABEL CHI -SQUARE

df	t		r		X ²	
	0.01	0.05	0.01	0.05	0.01	0.05
1	63.657	12.706	1.000	0.997	6.635	3.841
2	9.925	4.303	0.990	0.950	9.210	5.991
3	5.841	3.182	0.959	0.878	11.345	7.815
4	4.604	2.776	0.917	0.811	13.277	9.488
5	4.032	2.571	0.875	0.754	15.086	11.070
6	3.707	2.447	0.834	0.707	16.812	12.592
7	3.499	2.365	0.798	0.666	18.475	14.067
8	3.355	2.306	0.765	0.632	20.090	15.507
9	3.250	2.262	0.735	0.602	21.666	16.919
10	3.169	2.228	0.708	0.576	23.209	18.307
30	2.750	2.042	0.449	0.349	50.892	43.773
50	2.678	2.009	0.354	0.273	76.154	67.505
125	2.616	1.979	0.228	0.174	164.694	152.094
150	2.609	1.976	0.208	0.159	193.208	179.581
175	2.604	1.974	0.193	0.148	221.438	206.867
200	2.601	1.972	0.181	0.138	249.445	233.994
225	2.598	1.971	0.171	0.130	277.269	260.992
250	2.596	1.969	0.162	0.124	304.940	287.882
290	2.593	1.968	0.151	0.115	348.948	330.717
291	2.593	1.968	0.150	0.115	350.045	331.786
292	2.593	1.968	0.150	0.114	351.141	332.854
293	2.593	1.968	0.150	0.114	352.237	333.922
294	2.593	1.968	0.150	0.114	353.334	334.990
295	2.593	1.968	0.149	0.114	354.429	336.058
296	2.593	1.968	0.149	0.114	355.525	337.125
297	2.592	1.968	0.149	0.113	356.621	338.193
298	2.592	1.968	0.149	0.113	357.716	339.260
299	2.592	1.968	0.148	0.113	358.811	340.328
300	2.592	1.968	0.148	0.113	359.906	341.395
350	2.590	1.967	0.137	0.105	414.474	394.626
400	2.588	1.966	0.128	0.098	468.724	447.632
450	2.587	1.965	0.121	0.092	522.717	500.456
494	2.586	1.965	0.116	0.088	570.050	546.814
500	2.586	1.965	0.115	0.088	576.493	553.127
508	2.586	1.965	0.114	0.087	585.079	561.541
521	2.585	1.965	0.113	0.086	599.022	575.208
522	2.585	1.965	0.112	0.086	600.094	576.259
549	2.585	1.964	0.110	0.084	629.014	604.617
550	2.585	1.964	0.110	0.083	630.084	605.667

DAFTAR TABEL STATISTIK
TABEL DISTRIBUSI FISHER (F)
 F Values For $\alpha = 0.05$

df2	df1								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	161.45	199.50	215.71	224.58	230.16	233.99	236.77	238.88	240.54
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92
250	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25	2.13	2.05	1.98	1.92
290	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25	2.13	2.04	1.97	1.91
291	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25	2.13	2.04	1.97	1.91
292	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24	2.13	2.04	1.97	1.91
293	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24	2.13	2.04	1.97	1.91
294	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24	2.13	2.04	1.97	1.91
295	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24	2.13	2.04	1.97	1.91
296	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24	2.13	2.04	1.97	1.91
297	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24	2.13	2.04	1.97	1.91
298	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24	2.13	2.04	1.97	1.91
299	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24	2.13	2.04	1.97	1.91
300	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24	2.13	2.04	1.97	1.91
350	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24	2.12	2.04	1.96	1.91
400	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24	2.12	2.03	1.96	1.90
450	3.86	3.02	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90
494	3.86	3.01	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90
500	3.86	3.01	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90
508	3.86	3.01	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90
521	3.86	3.01	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90
522	3.86	3.01	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90
549	3.86	3.01	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90
550	3.86	3.01	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Daryanto Setiawan
NIM : 400417303
Tempat/Tgl Lahir : Sei – Glugur / 30 Maret 1982
Pekerjaan : Ka. Prodi STAI As-Sunnah Deli Serdang
Alamat : Dusun I Perjuangan Desa Suka Raya, Kecamatan Pancur Batu,
Kabupaten Deli Serdang, Kode Pos 20353.

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri 101829 Sei Glugur : Beijazah tahun 1995
2. SLTP Negeri 3 Gunung Tinggi : Beijazah tahun 1998
3. SMU Negeri 1 Pancur Batu : Beijazah tahun 2001
4. Diploma Poliprofesi Politeknik Informatika : Beijazah tahun 2002
5. STAI Darul Arafah Kutalimbaru (S1) : Beijazah tahun 2011
6. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (S2) : Beijazah tahun 2016

III. RIWAYAT PEKERJAAN

1. Tahun 2003-sekarang : STAI As-Sunnah Deli Serdang