

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Akhlak dermawan merupakan salah satu perilaku sosial dengan mencerminkan kepedulian terhadap kebutuhan orang lain, yang tujuannya adalah menciptakan kesejahteraan (Suryana, 2021). Akhlak ini, seharusnya dimiliki oleh setiap siswa baik itu dilingkungan sekolah maupun diluar sekolah. Karena, dermawan ini merupakan salah satu dari macam-macam akhlak yang baik atau akhlakul karimah. Yang mana, akhlak ini pun dimiliki oleh suri tauladan umat muslim, yakni Nabi Muhammad SAW. Artinya, patutnya kita untuk bisa mencontoh akhlak-nya ini.

Madrasah Aliyah (MA) Al-Jawami merupakan sekolah berbasis pesantren yang ada di daerah Cileunyi. MA Al-Jawami ini, memiliki siswa yang pesantren dan non pesantren. Oleh karena itu, pesantren ini memiliki keistimewaan tersendiri. Di mana, sekolah ini tidak membedakan mana anak pesantren dan mana yang tidak. Karena sekolah ini adalah sekolah madrasah, maka kegiatan-kegiatan sekolah pun lebih menyorong terhadap kegiatan yang Islami. Kegiatan itu contohnya, sholat dhuha bersama-sama, murottal Al-Qur'an, mengadakan maulid Nabi Muhammad SAW, dan masih banyak lagi kegiatan Islami.

Berdasarkan observasi awal, peneliti menemukan kebiasaan siswa yang menjadi *user* beberapa aplikasi media sosial. Media sosial merupakan sebuah alat partisipasi komunikasi secara *real-time* dengan orang lain (Tuten dan Solomon, 2021). Salah satu media sosial yang digunakan oleh siswa adalah aplikasi *Tik Tok*. *Tik Tok* merupakan aplikasi hasil dari perkembangan media sosial pada zaman sekarang. Aplikasi ini seringkali digunakan untuk menonton konten video-video berdurasi pendek. Salah satu konten yang sering di tonton oleh siswa adalah konten *Give Away*. Dari jumlah siswa kelas 12 yang ada di MA tersebut, 100% siswanya adalah *user* dari aplikasi *Tik Tok*.

Dari hasil wawancara dengan Denis salah satu siswa MA Al-Jawami, alasannya menonton konten *Give Away* adalah untuk memenangkan hadiahnya.

Oleh karena itu, Konten *Give Away* ini memiliki dampak negatif dan dampak positif. Hal ini pun yang akan berpengaruh terhadap akhlak dermawan siswa. Prinsip ini pun selaras dengan teori perkembangan manusia pada usia remaja. Pada usia remaja ini, manusia akan menghadapi perkembangan dalam segala hal. Sehingga di masa ini remaja menjadi labil atau mudah terpengaruh terutama akhlaknya dalam kehidupan sehari-hari.

Konten dengan iming-iming berbagi ini menimbulkan tren yang sangat viral di media sosial. Adanya konten ini, tak lain adalah untuk membantu orang yang membutuhkan, serta mengajak orang banyak untuk bisa memberi pula. Dengan adanya konten ini, banyak konten kreator yang mengikuti tren ini. Semakin banyak konten kreator yang membuat konten *Give Away* ini, semakin meledak pula tren nya di media sosial. Banyak orang-orang yang terbantu dengan adanya tren ini, seperti pedagang, anak sekolah, dan lain-lain. Selain itu, konten kreator pun mendapatkan follower atau pengikut yang banyak karena seringkali konten mereka viral dan ditonton ratusan hingga jutaan kali.

Dibalik nilai positif tentang konten *Give Away* ini. Ada stigma buruk yang timbul di berbagai kalangan masyarakat. Menurut *Thecolumnist*(2024) dalam artikelnya, tren ini memang dapat mempengaruhi kedermawanan. Data dari *World Giving Index* mengatakan bahwa, Indonesia dinobatkan sebagai negara paling dermawan pada tahun 2023. Hal ini adalah hasil andil dari maraknya konten *Give Away* di berbagai media sosial, khususnya di Aplikasi *Tik Tok*. Namun *Thecolumnist* melanjutkan di artikelnya bahwa, terkadang konten kreator menggunakan konten ini hanya untuk mengangkat nama baik dan mencari *follower* saja.

Oleh karena itu, kebiasaan mereka menonton konten *Give Away* menimbulkan tanda tanya serta ke-khawatiran peneliti. Peneliti ingin mengetahui, apakah dengan kebiasaan mereka menonton konten *Give Away* tersebut di media sosial dapat meningkatkan akhlak dermawan siswa. Atau bahkan, dengan sering menonton konten tersebut, siswa jadi memiliki mental “miskin”. Mental miskin adalah ketidakmampuan seseorang dalam mengelola harapan serta potensi

mereka, sehingga dapat menghambat kondisi ekonomi dan sosial (Suhartono dan Winarno, 2021).

Ketakutan terhadap mental “miskin” ini bukanlah sebuah lelucon atau humor belaka. Namun, sebuah ancaman mental bagi penerus-penerus bangsa. Mental ini memiliki arti yakni seseorang yang berharap pemberian dari orang lain. Harapan itu, dijadikan sebagai pondasi inti dalam menjalani kehidupannya sehari-hari. Jadi ketika tak ada orang lain yang memberi, individu tersebut mendapati masalah yang besar. Lantaran, semua kebutuhannya bergantung terhadap pemberian orang lain.

Dari fenomena-fenomena di atas, maka penulis ingin meneliti sejauh mana pengaruh intensitas akses konten *Give Away* di aplikasi *Tik Tok* terhadap siswa sekolah. Sehingga kita dapat mempertahankan dan meningkatkan akhlak dermawan anak-anak kita dalam menghadapi arus globalisasi. Atas dasar itulah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul *Intensitas Siswa Mengakses Konten Give Away di Aplikasi Tik Tok Pengaruhnya Terhadap Akhlak Dermawan Siswa Kelas XII MA Al-Jawami*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana intensitas akses konten *Give Away* di kalangan siswa kelas 12 MA Al-Jawami?
2. Bagaimana akhlak dermawan siswa kelas 12 di MA Al-Jawami?
3. Seberapa besar pengaruh intensitas akses konten *Give Away* di aplikasi *Tik Tok* terhadap akhlak dermawan siswa kelas 12 di MA Al-Jawami?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengidentifikasi intensitas akses konten *Give Away* di kalangan siswa kelas 12 di MA Al-Jawami.
2. Untuk mengidentifikasi akhlak dermawan siswa kelas 12 di MA Al-Jawami.

3. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh intensitas akses konten *Give Away* di aplikasi *Tik Tok* terhadap akhlak dermawan siswa kelas 12 di MA Al-Jawami.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat atau nilai guna yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya kepustakaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan khususnya bagi ilmu pendidikan agama islam.
- b. Peneliti juga berharap penelitian ini bisa menambah wawasan dan khasanah tentang penggunaan aplikasi media sosial dengan bijak.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Siswa, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas akhlak dermawan siswa sekolah dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Bagi Guru, penelitian ini memberikan referensi yang dapat mendorong para guru untuk terus berupaya dalam mengambil tindak lanjut, berupaya menumbuhkan dan meningkatkan akhlak dermawan siswa sekolah.
- c. Bagi Sekolah, penelitian ini memberikan acuan untuk mendorong sekolah agar senantiasa mendukung upaya seluruh warga sekolah dalam meningkatkan akhlak dermawan di Sekolah demi terciptanya kualitas pendidikan yang religius.

E. Kerangka Berfikir

Intensitas penggunaan aplikasi *Tik Tok* yang relatif tinggi, akan memiliki dampak bagi para penggunanya. Hal ini selaras dengan teori intensitas yakni *Sosial Attachment Theory* atau Teori Keterikatan Sosial (Kuss. D.J., 2017). Seseorang menggunakan media sosial dengan intensitas yang tinggi dapat meningkatkan emosi dan sosial dari penggunaan media sosial tersebut. Karena media sosial ini juga dapat memberikan pengguna sebuah pengakuan dan dapat

memenuhi kebutuhan emosi dan sosial. Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005) intensitas mengakses media dapat diukur melalui tiga elemen, yaitu :

1. Frekuensi

Frekuensi merupakan jumlah banyaknya aktivitas yang berulang dalam satuan waktu tertentu.

2. Durasi

Durasi merupakan lamanya waktu seseorang mengakses konten.

3. Atensi

Atensi merupakan tingkat perhatian dalam menggunakan dan mengakses isi pesan dari konten.

Tik Tok adalah sebuah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan berbagi video pendek dengan berbagai efek musik, suara, dan filter. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan oleh perusahaan teknologi China, *ByteDance*, pada 2016 dengan nama *Douyin* di China, dan pada 2017 diluncurkan secara internasional dengan nama *Tik Tok*. TikTok dengan cepat menjadi salah satu aplikasi media sosial paling populer di dunia, terutama di kalangan generasi muda. Menurut Kurniawan (2023), pada tahun 2023 *Tik Tok* diperkirakan memiliki sekitar 125 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia. Angka ini menunjukkan bahwa TikTok terus menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di negara tersebut.

Give Away adalah suatu strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen dengan memberikan produk atau layanan secara gratis sebagai cara untuk meningkatkan kesadaran merek dan menciptakan loyalitas (Kolter dan Koller, 2016). Menurut Tjiptono (2015) *Give Away* merupakan salah satu bentuk promosi yang dapat meningkatkan interaksi antara merek dan konsumen, serta memberikan kesempatan bagi konsumen untuk mencoba produk tanpa risiko. Sedangkan menurut Sutisna (2001) *Give Away* tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengumpulkan data konsumen yang berharga bagi perusahaan untuk pengembangan produk di masa depan. Sehingga, konten *Give Away* adalah strategi untuk menarik daya minat dan perhatian orang-orang, terhadap produk atau akun *Tik Tok*. Dengan cara

memberikan sebuah hadiah secara gratis, untuk meningkatkan interaksi terhadap produk atau akun *Tik Tok*.

Menurut Albert Bandura (2002), ia mengembangkan teori Pembelajaran Sosial. Individu dapat belajar melalui pengamatan dan imitasi terhadap orang lain, terutama dalam interaksi sosial yang dimediasi oleh teknologi. Teori ini juga sejalan dengan hal-hal yang dapat mempengaruhi akhlak. Dalam teori ini ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi akhlak:

1. *Observational Learning* (Pengamatan atau Observasi)
2. *Modeling* (Peniruan)
3. *Reinforcement* (Penguatan)
4. *Self-Regulation* (Pengaturan Diri)
5. *Self-Efficacy* (Kognitif dan Kepercayaan Diri)

Namun pada penelitian ini, lebih memfokuskan kepada akhlak dermawan. Akhlak adalah bagian dari syari'at Islam. Memiliki akhlak dermawan dalam diri, akan menimbulkan kesejahteraan dilingkungan. Karena, akhlak yang tidak tega melihat orang lain kesulitan. Sehingga, siswa mesti memiliki kedermawanan yang tinggi.

Akhlak dermawan adalah dorongan untuk bisa meningkatkan kesejahteraan (Myers, 2010). Meningkatkan kesejahteraan dengan cara membantu sesama. Menurut Rizky Dermawan dan Arif Rijal Anshori (2022), akhlak dermawan merupakan salah satu prinsip dalam bisnis Islam yang tidak hanya mengutamakan keuntungan pribadi, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial untuk memberikan manfaat bagi masyarakat. Selain itu menurut Auda (2021), keinginan untuk membantu orang lain dengan tulus, baik itu secara materi, perhatian, waktu, dan jasa. Sehingga dapat disimpulkan akhlak dermawan adalah dorongan untuk meningkatkan kesejahteraan dan manfaat bagi masyarakat, salah satunya dengan memberikan hartanya untuk kepentingan orang yang membutuhkan. Ada beberapa indikator akhlak dermawan dalam Islam (Auda, 2021) :

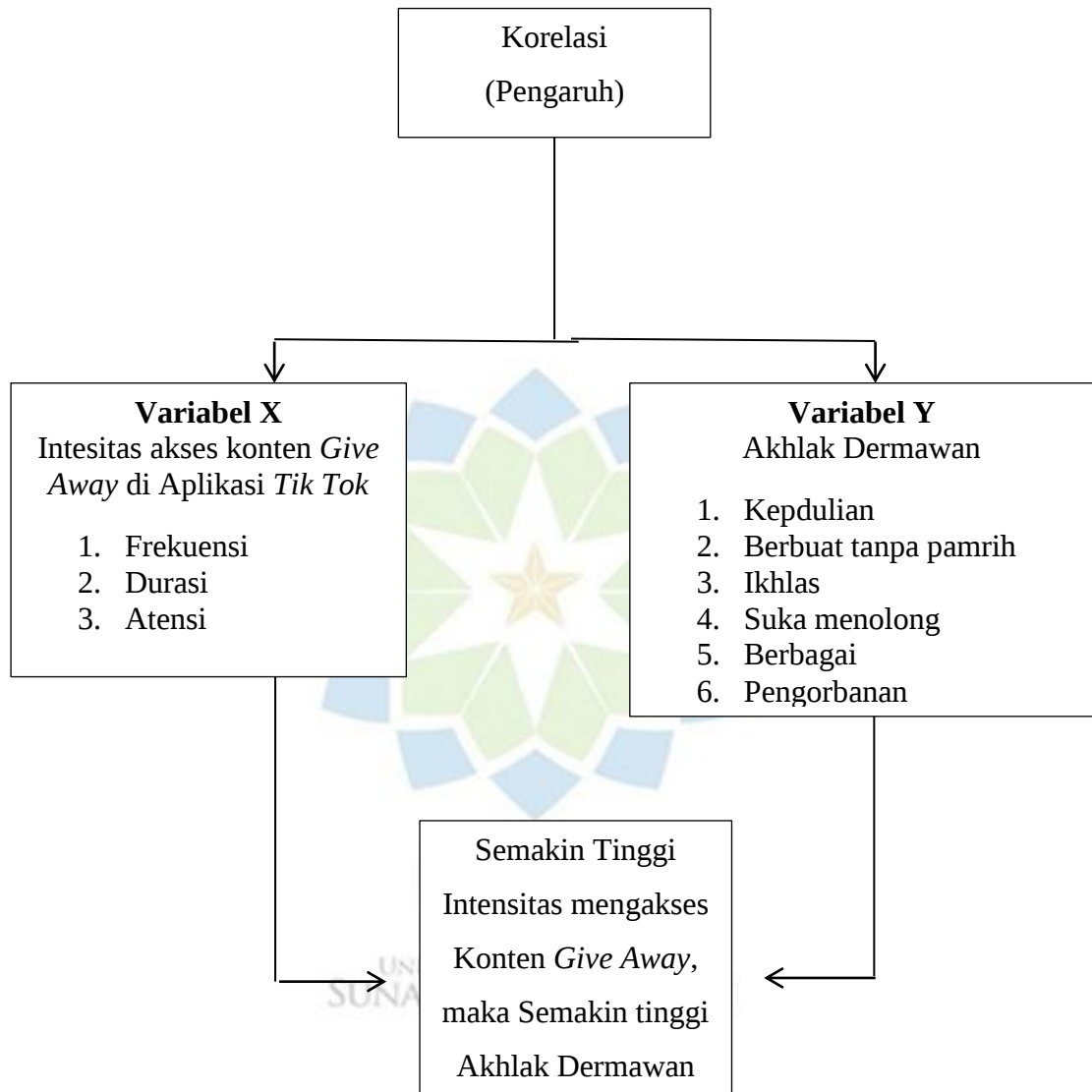
1. Kepedulian terhadap kebutuhan orang lain
2. Berbuat baik tanpa pamrih

3. Tulus dan Ikhlas
4. Suka menolong
5. Berbagi
6. Pengorbanan

Dalam penelitian ini, pemanfaatan konten *Give Away* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi akhlak dermawan. Dalam teori *Use and Effect* (Luluk, 2020) yang dikemukakan oleh Windahl, menjelaskan mengenai efek dari media massa. Teori ini menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah *effect* bagi pengguna dari media massa tersebut. Contoh dari teori *uses and effect* dapat dilihat dari kebiasaan seseorang menonton atau mendengarkan media massa dalam keseharian seorang individu, misalnya dalam penelitian ini adalah kebiasaan orang mengakses konten *Give Away* yang menimbulkan sebuah *effect* dari apa yang dilihat.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh pemanfaatan konten *Give Away* di media sosial terhadap akhlak dermawan siswa sekolah. Disini sangat dibutuhkan peranan orang tua, keluarga, guru, dan lingkungan sekitarnya dalam menumbuhkan pondasi agama demi tercapainya kualitas akhlak dermawan yang lebih baik.

Table 1.1 Kerangka Berfikir



F. Hipotesis

Hipotesis digunakan untuk merumuskan pertanyaan penelitian yang dapat diuji dan dipastikan kebenarannya atau ketidakbenarannya melalui data dan pengujian statistik. Selain itu, hipotesis memandu peneliti dalam merancang eksperimen atau analisis data yang relevan untuk menguji dugaan yang telah diajukan (Cresswell, 2020).

Berdasarkan yang telah dipaparkan diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0 : Semakin rendah intensitas akses konten *Give Away* di Aplikasi *Tik Tok*, maka tidak akan mempengaruhi akhlak dermawan.

H1 : Semakin tinggi intensitas akses konten *Give Away* di Aplikasi *Tik Tok*, maka akan mempengaruhi akhlak Dermawan siswa.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian sebelumnya yang mengkaji bahasan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Peneliti menggunakan penelitian terdahulu guna untuk menguatkan bahwa pembahasan yang diteliti sama sekali belum pernah diteliti dan untuk menghindari kesamaan penulisan dengan penulis-penulis lain, dan juga untuk mencari informasi-informasi tambahan mengenai penelitian yang dilakukan. Sebagai referensi dalam melakukan penelitian, maka peneliti melakukan kajian kepustakaan dari berbagai karya tulis. Setelah dilakukan pemeriksaan ternyata belum ada yang membahas judul penelitian ini, namun terdapat beberapa karya tulis penelitian yang mendukung penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Penelitian Witri Dalimah dengan judul skripsi “Pengaruh pemanfaatan konten di aplikasi *Tik Tok* terhadap Akhlak Siswa kelas VII SMP Negeri 17 Bandung”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara konten di aplikasi *Tik Tok* terhadap Akhlak siswa. Data mengatakan bahwa keterkaitan konten *Tik Tok* terhadap Akhlak siswa memiliki korelasi yang sedang, sebanyak $0,487=48,7\%$. Yang berarti konten ini mempengaruhi kualitas akhlak siswa. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah pemanfaatan konten aplikasi *Tik Tok*. Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah pemilihan konten *Give Away* di Aplikasi *Tik Tok*.
2. Penelitian Mela Rahmayani, Muhamad Ramdhani, dan Fardiah Oktariani Lubis dengan judul jurnal ilmiah “Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Tik Tok* Terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi *Tik Tok* berpengaruh terhadap perilaku kecanduan pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang tahun angkatan 2018-2019. Hasil dari uji

regresi linear berganda didapat persamaan sebagai berikut: $Y = 2,653 + 0,471X_1 + -0,127X_2 + 0,748X_3$. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian dalam variable X yaitu penggunaan aplikasi *Tik Tok*. Namun penelitian diatas memuat tiga variable X yaitu intensitas (X1), isi Konten (X2), dan daya tarik (X3). Adapun perbedaannya terletak pada variable Y, variabel Y penelitian di atas adalah perilaku kecanduan sedangkan variable Y penelitian ini adalah akhlak. Perbedaan lainnya terletak pada objek penelitian yaitu mahasiswa dan siswa. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah penggunaan Aplikasi *Tik Tok*. Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah mengukur kecanduan sedangkan penulis adalah mengukur pengaruh terhadap akhlak erawan.

3. Penelitian Latifatul Khoiriyah dengan judul skripsi “Pengaruh Media Sosial Terhadap Akhlak Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Metro”. Dari penelitain ini dapat disimpulkan bahwa hampir setiap hari mahasiswa Ekonomi Syariah menggunakan media sosial dalam berbagai tujuan. Oleh karena itu, penggunaan media sosial yang berintensitas tinggi. Dari intensitas tinggi ini dapat mempengaruhi akhlak mahasiswa Ekonomi Syariah dengan positif maupun negatif. Dampak positifnya ialah mempermudah kegiatan belajar serta dampak negatifnya ialah dapat mengganggu jam belajar. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah mengukur akhlak mahasiswa. Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah menggunakan semua media sosial sedangkan penulis menggunakan konten *Give Away* di Aplikasi *Tik Tok*.
4. Penelitian Zulvan Arief Dermawan dengan judul skripsi “Efektivitas Youtube Terhadap Pemahaman Wawasan Keislaman (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh)”. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Penggunaan media YouTube efektif terhadap peningkatan pemahaman keislaman menunjukkan angka 73,5 %. Media YouTube berpengaruh dalam

membentuk pola pikir mahasiswa, menentukan serta mengembangkan pemahaman terhadap informasi keislaman yang mereka terima. Mahasiswa yang mempunyai kepribadian baik dan tangguh dapat menentukan pandangan dan pemahaman mereka terhadap isu yang diterima, khususnya isu keislaman. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah menggunakan konten media sosial. Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah mengukur wawasan keislaman sedangkan penulis mengukur pengaruh akhlak dermawan.

5. Penelitian Pipin Sugianto dengan judul tesis “Dampak Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pembentukan Karakter Dan Akhlak Siswa Man Kota Mojokerto”. Hasil penelitian ini adalah adanya 3 fase dalam penggunaan media sosial di MAN Kota Mojokerto, yaitu era sebelum pandemi yang melarang penggunaan media sosial di sekolah, era pandemi yang mewajibkan siswa untuk menggunakan media sosial di sekolah dan era pasca pandemi yang menyesuaikan dengan keadaan. Ada dampak positif dan negatif dalam pemanfaatan media sosial pada siswa. Dampak positifnya membuat lebih mahir dalam menggunakan teknologi, membuat lebih rajin belajar, lebih mudah bergaul, dan lebih pintar berbahasa asing. Dampak negatif adalah menimbulkan kebiasaan begadang, enggan membantu orang tua di rumah, tidak menghormati guru di sekolah, dan meniru bahasa-bahasa kotor di media sosial. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah penggunaan konten di media sosial. Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah membentuk karakter sedangkan penulis mengukur pengaruh terhadap akhlak dermawan.