



# ANNUAL Research 2021

Nilai Dasar Manusia dan  
Sikap Penggunaan Media Sosial  
dalam Perspektif Maqashid Syariah

Departemen Riset dan Pengembangan SEF UGM



## Sambutan Ketua SEF UGM 2021

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Alhamdulillah, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan nikmat yang tak terhingga mulai nikmat sehat, nikmat iman Islam, serta nikmat kecerdasan yang dianugerahkan-Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam tak lupa kita curahkan kepada junjungan alam dan seluruh umat manusia, Rasulullah Muhammad SAW karena atas kegigihannya lah, kita semua dapat menjalani hidup dengan penuh ilmu pengetahuan seperti sekarang. *Annual Research (Annur)* merupakan produk unggulan dari teman-teman di Departemen Riset Pengembangan SEF UGM yang dipublikasikan minimal sekali dalam setahun. Pada tahun ini, Annur membawakan output yang berjudul “**Nilai Dasar Manusia dan Sikap Penggunaan Media Sosial dalam Perspektif Maqashid Syariah**”. Tidak terdengar asing di telinga kita jika berbicara mengenai sosial media dan dalam hal ini dilihat dari pandangan *maqashid syariah* yang tentunya akan memberikan persepektif yang berbeda dan diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan bagi para pembacanya.

Tak lupa saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses pembuatannya. Juga saya ucapkan selamat, kepada seluruh teman-teman Departemen Riset dan Pengembangan yang dengan sangat baik bekerja sama untuk melahirkan Annur tahun ini, tanpa adanya kerja sama, maka sebaik apapun hal yang dihasilkan, maka akan terasa hampa karena dikerjakan secara individual. Terakhir, besar harapan saya semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi banyak orang, dan memberikan kesan yang baik terhadap para pembacanya. Ekonom *Rabbani!* Bisa!!

Akhirul kalam, Wallahul muwafiq ila aqwamith thariq,  
Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Yogyakarta, 26 Oktober 2021

Ketua SEF UGM 2021

Abiyoga Sidhi Wiyanto

## Abstrak

Penggunaan media sosial menimbulkan kekhawatiran tentang kemampuan pengguna untuk berperilaku etis dan tidak mengganggu kesejahteraan masyarakat di dunia maya. Penanganan berbagai persoalan di media sosial terletak pada orang yang menggunakan media sosial dengan benar dari perspektif Islam. Penelitian ini bertujuan untuk melihat korelasi dari nilai-nilai dasar manusia terhadap sikap penggunaan media sosial dalam perspektif *maqashid* syariah.

Penelitian ini digunakan dengan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini ialah pelajar di seluruh Indonesia. Metode *sampling* yang digunakan ialah *cluster sampling*. Data dikumpulkan dengan kuesioner melalui *Google Form* secara daring. Metode analisis yang digunakan ialah statistik deskriptif dan *Ordinary Least Square* (OLS). Penelitian ini terdiri dari analisis statistik deskriptif tanggapan dari 485 responden di kalangan pelajar dan mahasiswa dari 28 provinsi di Indonesia. Uraian diberikan mengenai nilai-nilai dan penggunaan media sosial dari perspektif *maqashid* syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *self-direction*, *tradition*, dan *security* berhubungan positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga agama. *Universalism* berhubungan positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga keselamatan diri. *Self-direction*, *universalism*, dan *tradition* berhubungan positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga intelektual. *Achievement*, *hedonism*, dan *universalism* berhubungan positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga privasi dan kehormatan diri. *Hedonism* berhubungan positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga harta dan *benevolence* berhubungan negatif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga harta..

Studi ini memainkan peran penting dalam pembentukan sikap bermedia sosial dan dalam usahanya meningkatkan kesejahteraan berdasarkan nilai dasar manusia dan *maqashid* syariah yang akan menciptakan kesadaran serta mempromosikan penggunaan media sosial yang aman dan bertanggung jawab.

## Pendahuluan

Dewasa ini, penerapan *maqashid* syariah perlu dilakukan tidak hanya di dunia nyata, tetapi juga di dunia maya. Sebagaimana *maqashid* syariah harus selalu dipegang dan penggunaan media sosial yang semakin tinggi, hal ini menyebabkan kerawanan dalam bermedia sosial apabila *maqashid* syariah tidak terpegang. Media sosial merupakan salah satu wadah yang sangat mudah disalahgunakan untuk penyebaran kejahatan siber (Fitriani & Pakpahan, 2020). Apalagi dengan maraknya kasus kejahatan siber membuat angka kejahatan dunia maya semakin tinggi. Indonesia menyumbang 2,4% kejahatan siber di dunia. Angka ini naik 1,7% dibanding tahun 2010 lalu ketika Indonesia menempati peringkat 28. Hal ini tidak lain disebabkan oleh terus meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia (Wahyudi, 2012). Johnny G. Plate, Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia mengatakan bahwa sepanjang 2021 tercatat ada 888.711.736 ancaman siber di Indonesia (Novianty & Prastya, 2021).

Selama masa pandemi Covid-19 terjadi peningkatan kejahatan siber yang tajam. Menurut data dari Direktorat Tindak Pidana Siber (Dittipidsiber) Bareskrim Polri, sejak April 2020 hingga September 2021 terhitung total 25.437 laporan masyarakat melalui portal Patroli Siber dengan total kerugian lima triliun rupiah. Laporan polisi yang dibuat dalam jangka waktu tersebut berjumlah 937 total laporan yang terdiri atas kasus penyebaran konten provokatif, penipuan online, pornografi, akses ilegal, manipulasi data, perjudian, peretasan sistem elektronik, pemerasan, dan pencurian data (Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim Polri, 2021). Data ini tentu saja memberikan fakta bahwa kejahatan siber memberikan dampak negatif tidak hanya dalam kehidupan dunia maya, tetapi juga berdampak ke dunia nyata dimana kesejahteraan individu terganggu. Pengguna media sosial diharapkan untuk berhati-hati dan menjaga etika dalam bersosial media agar tidak terjadi penyalahgunaan atau pelanggaran hukum kejahatan siber atau dengan kata lain menggunakan media sosial dengan cerdas (Fitriani & Pakpahan, 2020). Akan tetapi, dengan penerapan *maqashid* syariah, hal ini akan memberikan kesejahteraan individu baik di dunia maya maupun di dunia nyata serta mengurangi kasus kejahatan siber yang beredar.



Didorong oleh permasalahan yang demikian, kami tertarik untuk mengetahui hubungan nilai-nilai dasar manusia dengan sikap menggunakan media sosial dalam menjaga aspek-aspek *maqashid* syariah. Penulis telah merumuskan permasalahan yang akan kami cari jawabannya dalam penelitian ini. Rumusan masalah tersebut ialah “Apakah nilai dasar manusia berhubungan dalam sikap penggunaan media sosial untuk menjaga aspek-aspek *maqashid* syariah?”

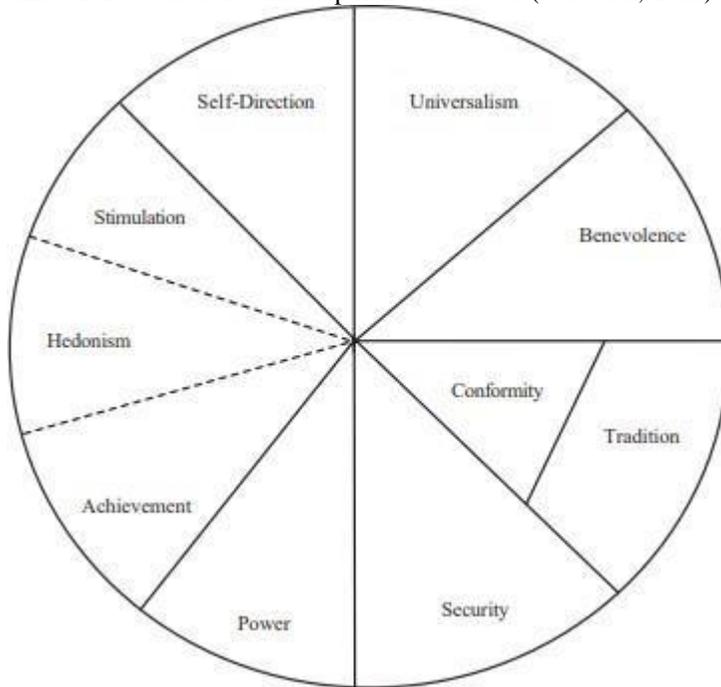
Studi ini diadaptasi dari penelitian Shompa et al (2019) yang dilakukan di Malaysia terhadap pelajar International Islamic University Malaysia (IIUM) dengan beberapa poin kesenjangan penelitian. Poin kesenjangan penelitian yang dimaksud adalah dengan melakukan penelitian serupa terhadap tempat dan lingkungan berbeda yang dalam penelitian ini adalah penduduk Indonesia dari berbagai provinsi. Selain itu, penelitian ini menguji sepuluh nilai dasar manusia sebagai sepuluh variabel independen yang berbeda. Hal ini berbeda dari penelitian Shompa et al (2019). yang menguji sepuluh nilai dasar manusia sebagai satu variabel independen.

## Telaah Kepustakaan

Nilai dasar manusia merupakan nilai-nilai yang dimiliki manusia dalam menjalankan dan menanggapi kehidupan mereka terhadap diri sendiri dan sekitarnya. Nilai-nilai yang diterapkan dalam kehidupan manusia sehari-hari menjadi modal pendorong untuk melakukan hal yang mereka inginkan. Nilai dasar manusia diharapkan mendorong sikap dan tingkah laku manusia itu sendiri ke arah positif, tetapi ada kalanya nilai dasar manusia tersebut justru membawa ke arah negatif seiring dengan bagaimana penerapan nilai dasar manusia dari manusia itu sendiri. Banyak macam nilai dasar manusia yang kita ketahui dalam kehidupan sehari-hari, seperti *power* yang memberikan pengaruh untuk memegang kekuasaan dalam lingkup tertentu, *stimulation* yang membuat manusia untuk lebih bergairah dalam melakukan sesuatu terhadap sekitarnya atau *benevolence* yang mencerminkan bagaimana manusia itu memiliki sikap positif dalam dirinya.

Nilai menyampaikan apa yang penting bagi seseorang dalam kehidupannya. Setiap orang memiliki banyak nilai yang dianut dengan berbagai tingkat kepentingan. Nilai juga dapat didefinisikan sebagai konstruksi motivasi yang mewakili tujuan luas yang berlaku di seluruh konteks dan waktu (Rokeach, 1973; Schwartz & Bilsky, 1990; Schwartz, 1997). Teori nilai Schwartz (1992) mendefinisikan sepuluh nilai luas dengan motivasi yang mendasari masing-masing nilai tersebut. Nilai-nilai ini dianggap mencakup kisaran nilai-nilai motivasional berbeda yang diakui lintas budaya (Schwartz, 1992). Aspek kunci dari teori nilai Schwartz adalah struktur hubungan yang didalilkan di antara nilai – nilai seperti yang ditampilkan oleh Gambar 1. Cara alami untuk mengejar nilai-nilai penting adalah berperilaku dengan cara yang mengekspresikannya atau mempromosikan pencapaiannya. Sebagian besar perilaku dapat mengekspresikan lebih dari satu nilai. Pemenuhan setiap nilai memiliki konsekuensi psikologis, praktis, dan sosial yang mungkin bertentangan atau mungkin sejalan dengan pengejaran nilai-nilai lain (Schwartz, 2012).

**Gambar 1** Struktur Teoritis Sepuluh Nilai Dasar (Schwartz, 2012)



Struktur berbentuk lingkaran pada Gambar 1 menggambarkan pola hubungan konflik bertolak belakang dan kesesuaian antara nilai-nilai. Nilai-nilai yang bertentangan berada dalam arah yang berlawanan dari pusat, sedangkan nilai yang selaras berdekatan satu sama lain dalam lingkaran. Seluruh lingkaran nilai merupakan rangkaian dari motivasi. Semakin jauh di sekitar lingkaran dua nilai berada, semakin berbeda motivasi yang mereka ungkapkan (lihat Schwartz, 1992, untuk elaborasi penuh teori) (Bardi & Schwartz, 2003). Definisi dari sepuluh nilai dasar manusia Schwartz yang menjadi variabel dalam penelitian ini dapat disajikan oleh Gambar 2 di bawah.

**Gambar 2** Definisi Sepuluh Nilai Dasar Schwartz Beserta Contoh dan Tolak Ukurnya (Bardi & Schwartz, 2003)

<i>Power</i> (kekuasaan)
• Status dan wibawa sosial, kontrol atau dominasi atas orang dan sumber daya (kekuatan sosial, otoritas, kekayaan)
<i>Achievement</i> (prestasi)
• Kesuksesan pribadi dengan menunjukkan kompetensi sesuai standar sosial (sukses, cakup, ambisius, berpengaruh)
<i>Hedonism</i> (hedonisme)
• Kesenangan dan kepuasan sensual untuk diri sendiri (kesenangan, menikmati hidup)
<i>Stimulation</i> (stimulasi)
• Kegembiraan, sesuatu yang baru, dan tantangan dalam hidup (keberanian, kehidupan yang bervariasi, kehidupan yang menyenangkan)
<i>Self-direction</i> (pengarahan diri sendiri)
• Independensi dalam pemikiran dan mengambil tindakan, mencipta, mengeksplorasi (kreativitas, kebebasan, mandiri, ingin tahu, memilih tujuan sendiri)
<i>Universalism</i> (universalisme)
• Pemahaman, apresiasi, toleransi, dan kesejahteraan semua orang dan alam (berwawasan luas, kebijaksanaan, keadilan sosial, kesetaraan, dunia yang damai, dunia yang indah, kesatuan dengan alam, menjaga lingkungan)
<i>Benevolence</i> (kebajikan)
• Pelestarian dan peningkatan kesejahteraan orang-orang terdekat (membantu, jujur, pemaaf, setia, bertanggung jawab)
<i>Tradition</i> (tradisi)
• Penghormatan, komitmen, dan penerimaan adat dan gagasan yang diberikan oleh budaya atau agama tradisional (rendah hati, menerima hidup apa adanya, taat, menghormati tradisi, moderat)
<i>Conformity</i> (konformitas)
• Menahan diri dari tindakan, kecenderungan, dan impuls yang mungkin mengecewakan atau merugikan orang lain dan melanggar harapan atau norma sosial (kesopanan, patuh, disiplin diri, menghormati orang tua dan orang yang lebih tua)
<i>Security</i> (keamanan)
• Keamanan, kerukunan, dan stabilitas masyarakat, hubungan, dan diri (keamanan keluarga, keamanan nasional, ketertiban sosial, bersih, timbal balik nikmat)

Dalam penggunaan media sosial, nilai memainkan peran penting dalam perilaku orang dengan mempengaruhi pikiran, sikap, pilihan, dan keputusan individu. Oleh karena itu, nilai-nilai dapat memandu tindakan untuk menggunakan media sosial dengan benar dan menjadi pedoman dalam segala situasi untuk melindungi hak hidup, akurasi, privasi, keamanan, rasa hormat, martabat dan banyak lainnya. Dalam penelitian ini, nilai-nilai memiliki hubungan dengan perilaku yang secara efektif akan mempertahankan interaksi yang sukses dengan orang lain dalam penggunaan media sosial. Oleh karena itu, fokus pada nilai-nilai penting dapat mengurangi berbagai isu di media sosial.

*Maqashid* syariah merupakan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dari suatu penetapan hukum Islam untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia maupun akhirat. *Maqashid* Syariah didasarkan pada Al-Qur'an, dan Sunnah Nabi Muhammad (SAW) yang memberikan pedoman untuk semua tindakan ibadah. Dalam *maqashid* syariah, ada 5 nilai yang harus dipegang dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari agar bisa disebut manusia seutuhnya yang bahagia di

dunia maupun akhirat. Imam Ghazali mengklasifikasi *maqashid* menjadi lima kategori utama: iman (*din*), diri manusia (*nafs*), akal (*'aql*), keturunan (*nasl*) dan kekayaan (*mal*) (Chapra, 2008). Kelima nilai ini saling berkaitan satu sama lain sehingga nilai-nilai ini bisa dijadikan penuntun manusia dalam bersikap dan berperilaku dalam kehidupan sehari-hari.

Nilai dasar manusia dan *maqashid* syariah ini dapat diterapkan dan dilihat melalui penggunaan media sosial melalui perspektif *maqashid* syariah. Penggunaan media sosial ini dapat kita anggap sebagai kehidupan manusia dalam dunia maya. Tidak berbeda jauh dengan kehidupan dunia nyata, kehidupan dunia maya juga didasari oleh nilai dasar manusia dan sesuai dengan *maqashid* syariah. Hal inilah yang harus diterapkan oleh manusia agar bisa menjadi manusia seutuhnya yang bahagia di dunia maupun akhirat. Banyak aspek yang terkandung dalam penggunaan media sosial melalui perspektif *maqashid* syariah, yaitu perilaku manusia di media sosial untuk melindungi agamanya, perilaku manusia di media sosial untuk melindungi diri sendiri, perilaku manusia di media sosial untuk melindungi pengetahuan, perilaku manusia di media sosial untuk melindungi privasi dan kehormatan diri, serta perilaku manusia di media sosial untuk melindungi harta. Aspek-aspek tersebut sangat berhubungan dengan *maqashid* syariah dan didasari oleh nilai dasar manusia sehingga aspek-aspek tersebut dapat mencerminkan bagaimana perilaku manusia di media sosial dari persepektif syariah.

Sebagaimana *maqashid* syariah telah ditetapkan, manusia haruslah hidup sesuai penetapan *maqashid* syariah. Dalam penelitian ini, *maqasid* syariah membentuk perilaku penggunaan media sosial berdasarkan lima *maqashid* utama. Kelima *maqashid* utama tersebut dipertimbangkan saat menggunakan media sosial dalam membuat, mengunggah, menerima, berbagi, dan mencari konten. Perlindungan iman (*din*) berarti bahwa agama harus dijaga dari segala kerusakan dan pelanggaran. Untuk melindungi keyakinan Islam di media sosial, umat Islam harus menyebarkan agama Islam dengan informasi yang akurat dan bukti yang signifikan serta dilengkapi dengan bukti

dari Quran dan Sunnah. *Maqashid* kedua adalah melindungi kehidupan atau diri manusia (*nafs*) dan hal ini wajib untuk dilaksanakan bagi setiap individu dan masyarakat. Untuk melindungi kehidupan di media sosial, Muslim tidak harus menghabiskan begitu banyak waktu di media sosial. Hal ini dikarenakan dapat membahayakan kesehatan fisik, kehidupan profesional, dan kesejahteraan mereka. Selain itu, umat Islam harus menghindari berbagi informasi pribadi mereka di media sosial untuk melindungi diri sendiri dengan berlandaskan keselamatan dan keamanan (Shompa et al., 2019).

*Maqashid* ketiga adalah keturunan (*nasl*), yang dimaksud dalam konteks ini adalah perlindungan martabat, reputasi, dan kehormatan baik diri sendiri maupun keturunan. Islam melarang umat Islam melakukan semua hubungan yang berdosa dan terlarang melalui media sosial yang dapat menyebabkan mereka melakukan zina. Untuk menjaga nama baik, umat Islam harus menghormati orang lain serta dilarang menghina orang lain, baik yang masih hidup atau telah wafat. *Maqashid* selanjutnya adalah akal (*aql*). Untuk melindungi akal di media sosial, umat Islam diperintahkan untuk menghindari tindakan jahat dengan menyebarkan konten terkait informasi palsu dan melemparkan pernyataan ofensif kepada orang lain dalam perselisihan yang dapat melukai akal mereka. Perilaku bermedia sosial terakhir dari lima *maqashid* syariah utama adalah untuk melindungi kekayaan (*mal*). Islam telah memerintahkan pemeluknya untuk melarang mencuri milik orang lain. Segala jenis pencurian di media sosial seperti mencuri informasi pribadi orang lain dan menjadikannya konten kita sendiri adalah dosa besar. Mengungkapkan informasi pribadi di media sosial meningkatkan risiko perampokan atau pencurian properti. Oleh karena itu, seorang muslim yang baik adalah mempertimbangkan efek di media sosial dari pengungkapan informasi pribadi, foto, video dan lokasi diri sendiri dan orang lain (Shompa et al., 2019).

## Metodologi

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi yang digunakan ialah pelajar dan mahasiswa di Indonesia. Data tersebut dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner secara daring melalui Google Form. Jumlah responden yang telah mengisi kuesioner tersebut berjumlah 485 dari 28 provinsi yang ada di Indonesia. Sementara itu, data responden yang diuji hanya 443. Metode *sampling* yang digunakan ialah *cluster sampling* dengan membuat klaster berdasarkan domisili provinsi responden.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis berupa statistik deskriptif dan *ordinary least square* (OLS). Metode analisis statistik deskriptif digunakan untuk menunjukkan karakteristik demografi responden. Metode OLS digunakan untuk menunjukkan hubungan masing-masing nilai dasar manusia dengankelima sikap bermedia sosial dalam perspektif *maqashid* syariah. Instrumen pertanyaan penelitian diadaptasi dari teori nilai-nilai dasar manusia yang dikembangkan Schwartz (2012) dan penelitian yang dilakukan oleh Shompa, Z. A., Saidin, A. Z., Hussin, H., Muhammad, M. R., & Bakar, E. A. (2019).

## Statistik Deskriptif Responden

**Tabel 1** Statistik Deskriptif Responden

Karakteristik	%
<i>Jenis Kelamin</i>	
Perempuan	62.3
Laki-laki	37.7
<i>Agama</i>	
Islam	90.07

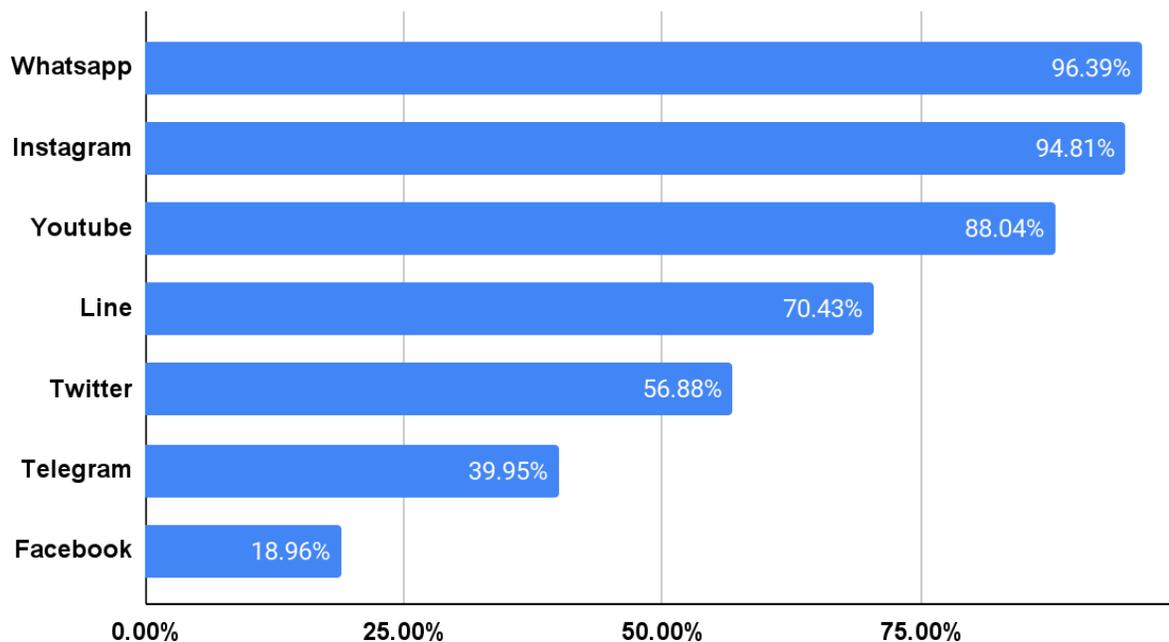
Hindu	0.9
Budha	0.68
Katholik	2.03
Protestan	5.87
Agnostik	0.45
<i>Usia</i>	
16	2.03
17	4.06
18	16.93
19	52.14
20	18.51
21	4.97
22	1.35
<i>Daerah</i>	
Sumatra	15.12
Jawa	67.04

Kalimantan	5.19
Sulawesi	7.22
Bali & NTB	3.39
Papua & Maluku	2.03
<b><i>Tingkat Pendidikan</i></b>	
SMP	2.26
SMA	88.26
Diploma	1.81
Sarjana	7.67
<b><i>Pendapatan per bulan</i></b>	
< 500.000	73.14
500.000-1.000.000	17.61
1.000.000-3.000.000	6.77
3.000.000-5.000.000	1.81
> 5.000.000	0.68
<b><i>Waktu penggunaan media sosial per hari</i></b>	

< 1 jam	1.35
1-3 jam	20.77
3-5 jam	31.15
> 5 jam	46.73

**Tabel 2** Statistik Penggunaan Sosial Media

### Jenis Media Sosial yang Digunakan



Dari tabel diatas, kita dapat melihat bahwa jenis media sosial yang paling banyak digunakan oleh 443 responden ialah Whatsapp dengan pengguna yang berjumlah sebanyak 96.39% . Selain itu, mayoritas dari responden juga menggunakan media sosial Instagram sebanyak 94.81% , diikuti oleh Youtube sebanyak 88.04% , Line sebanyak 70.43% , dan juga Twitter

sebanyak 56.88% . Namun, kebanyakan dari responden tidak menggunakan media sosial Telegram dengan data yang hanya diperoleh sebesar 39.95% dan juga Facebook sebesar 18.96%.

### Statistik Sikap Penggunaan Media Sosial dalam Perspektif *Maqashid* Syariah

**Tabel 3** Statistik Perilaku dalam Penggunaan Media Sosial untuk Melindungi Agama

Agama	Frequency	Percent	Cumulative	Mean
1	1	0.23	0.23	
2.833333	3	0.68	0.9	
3	5	1.13	2.03	
3.166667	7	1.58	3.61	
3.333333	8	1.81	5.42	
3.5	16	3.61	9.03	
3.666667	17	3.84	12.87	
3.833333	27	6.09	18.96	<b>4.38</b>
4	43	9.71	28.67	
4.166667	31	7	35.67	
4.333333	44	9.93	45.6	
4.5	43	9.71	55.3	

4.666667	63	14.22	69.53
4.833333	59	13.32	82.84
5	76	17.16	100
Total	443	100	

**Tabel 4** Statistik Perilaku dalam Penggunaan Media Sosial untuk Melindungi Keselamatan Diri

Keselamatan	Frequency	Percent	Cumulative	Mean
1	7	1.58	1.58	
1.333333	6	1.35	2.93	
1.666667	6	1.35	4.29	
2	14	3.16	7.45	
2.333333	13	2.93	10.38	
2.666667	5	1.13	11.51	
3	14	3.16	14.67	<b>4.13</b>
3.333333	24	5.42	20.09	
3.666667	24	5.42	25.51	

4	82	18.51	44.02
4.333333	44	9.93	53.95
4.666667	49	11.06	65.01
5	155	34.99	100
Total	443	100	

**Tabel 5** Statistik Perilaku dalam Penggunaan Media Sosial untuk Melindungi Pengetahuan

Pengetahuan	Frequency	Percent	Cumulative	Mean
2	1	0.23	0.23	
2.833333	1	0.23	0.45	
3	11	2.48	2.93	
3.166667	1	0.23	3.16	
3.333333	9	2.03	5.19	
3.5	16	3.61	8.8	
3.666667	17	3.84	12.64	
3.833333	22	4.97	17.61	<b>4.40</b>
4	74	16.7	34.31	

4.166667	23	5.19	39.5
4.333333	37	8.35	47.86
4.5	28	6.32	54.18
4.666667	36	8.13	62.3
4.833333	44	9.93	72.23
5	123	27.77	100
Total	443	100	

**Tabel 6** Statistik Perilaku dalam Penggunaan Media Sosial untuk Melindungi Privasi dan Kehormatan Diri

Privasi & Kehormatan Diri	Frequency	Percent	Cumulative	Mean
1	10	2.26	2.26	
1.666667	5	1.13	3.39	
2	10	2.26	5.64	
2.333333	9	2.03	7.67	
2.666667	8	1.81	9.48	
3	25	5.64	15.12	<b>4.26</b>
3.333333	8	1.81	16.93	

3.666667	20	4.51	21.44
4	73	16.48	37.92
4.333333	34	7.67	45.6
4.666667	40	9.03	54.63
5	201	45.37	100
Total	443	100	

**Tabel 7** Statistik Perilaku dalam Penggunaan Media Sosial untuk Menjaga Harta

Harta	Frequency	Percent	Cumulative	Mean
1	21	4.74	4.74	
1.333333	5	1.13	5.87	
1.666667	6	1.35	7.22	
2	36	8.13	15.35	
2.333333	10	2.26	17.61	
2.666667	5	1.13	18.74	
3	74	16.7	35.44	<b>3.68</b>
3.333333	17	3.84	39.28	

3.666667	18	4.06	43.34
4	99	22.35	65.69
4.333333	21	4.74	70.43
4.666667	9	2.03	72.46
5	122	27.54	100
Total	443	100	

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap penggunaan media sosial responden terhadap variabel-variabel di atas dari pertanyaan-pertanyaan yang sudah dijawab di kuesioner. Skor yang mendekati angka lima menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan tinggi untuk menjaga variabel di atas dalam berperilaku di media sosial. Sementara itu, skor yang mendekati angka satu menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan yang rendah untuk menjaga variabel di atas dalam berperilaku di media sosial.

Dalam tabel 3, responden secara rata-rata memiliki angka sebesar 4,38 dalam berperilaku di media sosial untuk menjaga agama. Untuk tabel 4, responden memiliki rata-rata sebesar 4.128668 dalam berperilaku di media sosial untuk menjaga keselamatan diri. Di tabel 5, responden secara keseluruhan memiliki rata-rata sebesar 4,40 dalam berperilaku di media sosial untuk menjaga pengetahuan. Di tabel 6, responden memiliki rata-rata sebesar 4,26 dalam berperilaku di media sosial untuk menjaga privasi dan kehormatan diri. Dan untuk tabel 7, rata-rata skor responden memiliki angka terkecil yaitu 3.68 dalam berperilaku untuk menjaga harta.

## Analisis Ordinary Least Square (OLS)

**Tabel 8** Analisis Ordinary Least Square

VARIABEL	Sikap penggunaan media sosial untuk menjaga				
	agama	keselamatan diri	intelektual	privasi dan kehormatan diri	harta
power	0.0367 (0.0319)	-0.0191 (0.0677)	0.0196 (0.0349)	-0.0511 (0.0661)	0.132* (0.0791)
achievement	0.00227 (0.0379)	0.130 (0.0804)	0.0388 (0.0414)	0.164** (0.0785)	0.165* (0.0939)
hedonism	-0.0131 (0.0285)	0.0904 (0.0604)	-0.0183 (0.0311)	0.153** (0.0590)	0.166** (0.0706)
stimulation	-0.00476 (0.0295)	0.116* (0.0625)	0.0278 (0.0322)	0.0359 (0.0611)	0.0654 (0.0730)
selfdirection	0.159*** (0.0392)	0.0735 (0.0832)	0.197*** (0.0428)	0.0670 (0.0812)	0.0550 (0.0971)
universalism	-0.00309	0.227**	0.117**	0.239**	0.197

	(0.0502)	(0.106)	(0.0548)	(0.104)	(0.124)
<b>benevolence</b>	<b>0.0756</b>	<b>-0.118</b>	<b>0.0168</b>	<b>-0.0538</b>	<b>-0.300**</b>
	(0.0528)	(0.112)	(0.0576)	(0.109)	(0.131)
<b>tradition</b>	<b>0.195***</b>	<b>-0.0144</b>	<b>0.134***</b>	<b>0.00514</b>	<b>0.152</b>
	(0.0419)	(0.0889)	(0.0457)	(0.0868)	(0.104)
<b>conformity</b>	<b>0.0737*</b>	<b>0.0608</b>	<b>0.0631</b>	<b>-0.0146</b>	<b>0.0329</b>
	(0.0424)	(0.0898)	(0.0462)	(0.0877)	(0.105)
<b>security</b>	<b>0.218***</b>	<b>0.171*</b>	<b>0.0538</b>	<b>0.167*</b>	<b>0.128</b>
	(0.0476)	(0.101)	(0.0519)	(0.0984)	(0.118)
<b>Constant</b>	<b>1.153***</b>	<b>1.118*</b>	<b>1.584***</b>	<b>1.260**</b>	<b>0.560</b>
	(0.273)	(0.579)	(0.298)	(0.566)	(0.676)
<b>Observations</b>	<b>443</b>	<b>443</b>	<b>443</b>	<b>443</b>	<b>443</b>
<b>R-squared</b>	<b>0.317</b>	<b>0.087</b>	<b>0.234</b>	<b>0.086</b>	<b>0.091</b>

Standard errors in parentheses  
 \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

### **Hubungan Nilai Dasar Manusia dan Sikap Penggunaan Media Sosial untuk Menjaga Agama**

Koefisien variabel *self-direction* sebesar 0,159 menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *self-direction*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga agama naik sebesar 15,9%. Koefisien variabel *traditon* sebesar 0,195 menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *tradition*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga agama naik sebesar 19,5%. Koefisien variabel *security* sebesar 0,218 menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *security*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga agama naik sebesar 21,8%. Hanya tiga nilai dasar manusia ini yang berhubungan signifikan secara parsial pada sikap penggunaan media sosial untuk menjaga agama. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0.3166 yang berarti bahwa variabel independen mampu menjelaskan nilai variabel dependen sebesar 31.66% dan sisanya sebesar 68.34%-nya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

### **Hubungan Nilai Dasar Manusia dan Sikap Penggunaan Media Sosial untuk Menjaga Keselamatan Diri**

Koefisien variabel *universalism* sebesar 0,227 menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *universalism*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga keselamatan diri naik sebesar 22.7%. Hanya *universalism* yang berhubungan signifikan secara parsial pada sikap penggunaan media sosial untuk menjaga keselamatan diri. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0.0872 yang berarti bahwa variabel independen mampu menjelaskan nilai variabel dependen sebesar 8.72% dan sisanya sebesar 91.28% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

### **Hubungan Nilai Dasar Manusia dan Sikap Penggunaan Media Sosial untuk Menjaga Intelektual**

Koefisien variabel *self-direction* sebesar 0,197 menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *self-direction*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga intelektual naik sebesar 19,7%. Koefisien variabel *universalism* sebesar 0,117

menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *universalism*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga intelektual naik sebesar 11,7%. Koefisien variabel *tradition* sebesar 0,134 menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *tradition*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga intelektual naik sebesar 13,4%. Hanya tiga nilai dasar manusia ini yang berhubungan signifikan secara parsial pada sikap penggunaan media sosial untuk menjaga intelektual. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0.2342 yang berarti bahwa variabel independen mampu menjelaskan nilai variabel dependen sebesar 23.42% dan sisanya sebesar 76.58%-nya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini

### **Hubungan Nilai Dasar Manusia dan Sikap Penggunaan Media Sosial untuk Menjaga Privasi dan Kehormatan Diri**

Koefisien variabel *achievement* sebesar 0,164 menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *achievement*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga privasi dan kehormatan diri naik sebesar 16,4%. Koefisien variabel *hedonism* sebesar 0,153 menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *hedonism*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga privasi dan kehormatan diri naik sebesar 15,3%. Koefisien variabel *universalism* sebesar 0,239 menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *universalism*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga privasi dan kehormatan diri naik sebesar 23,9%. Hanya tiga nilai dasar manusia ini yang berhubungan signifikan secara parsial pada sikap penggunaan media sosial untuk menjaga privasi dan kehormatan diri. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0.0856 yang berarti bahwa variabel independen mampu menjelaskan nilai

variabel dependen sebesar 8.65% dan sisanya sebesar 91.44%-nya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini

### **Hubungan Nilai Dasar Manusia dan Sikap Penggunaan Media Sosial untuk Menjaga Harta**

Koefisien variabel *hedonism* sebesar 0,166 menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *hedonism*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga harta naik sebesar 16,6%. Koefisien variabel *benevolence* sebesar -0,300 menunjukkan bahwa apabila setiap adanya peningkatan variabel *benevolence*, maka akan mengakibatkan variabel sikap penggunaan media sosial untuk menjaga harta turun sebesar 30%. Hanya dua nilai dasar manusia ini yang berhubungan signifikan secara parsial pada sikap penggunaan media sosial untuk menjaga harta. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0.0910 yang berarti bahwa variabel independen mampu menjelaskan nilai variabel dependen sebesar 9.10% dan sisanya sebesar 90.90%-nya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini

## Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang kami lakukan, bisa disimpulkan beberapa hal sebagai berikut;

*Self-direction, tradition, dan security* berhubungan positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga agama. *Universalism* berhubungan positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga keselamatan diri. *Self-direction, universalism, dan tradition* berhubungan positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga intelektual. *Achievement, hedonism, dan universalism* berhubungan positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga privasi dan kehormatan diri. Sementara itu, *hedonism* berhubungan positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga harta dan *benevolence* berhubungan negatif dan signifikan terhadap sikap penggunaan media sosial untuk menjaga harta.

## Rekomendasi

Berdasarkan temuan yang kami lakukan dalam penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang kami sampaikan, antara lain:

1. Bagi pengguna media sosial, dalam meningkatkan sikap penggunaan media sosial untuk menjaga agama perlu meningkatkan nilai *self-direction, tradition, dan security*. Dalam meningkatkan sikap penggunaan media sosial untuk menjaga keselamatan diri perlu meningkatkan nilai *universalism*. Dalam meningkatkan sikap penggunaan media sosial untuk menjaga intelektual perlu meningkatkan nilai *self-direction, universalism, dan tradition*. Dalam meningkatkan sikap penggunaan media sosial untuk menjaga privasi dan kehormatan diri perlu meningkatkan nilai *achievement, hedonism, dan universalism*. Sementara itu, dalam meningkatkan sikap penggunaan media sosial untuk menjaga harta perlu meningkatkan nilai *hedonism* dan mengurangi nilai *benevolence*.

- 
2. Bagi akademisi dan peneliti, apabila akan melakukan penelitian serupa sebaiknya mempertimbangkan pertanyaan kuesioner agar tidak terlalu banyak karena bisa memengaruhi kualitas jawaban dari responden.
  3. Bagi akademisi dan peneliti, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengetahui mekanisme hubungan nilai-nilai dasar manusia dengan sikap penggunaan media sosial untuk menjaga aspek-aspek *maqashid* syariah serta pengembangan strategi untuk meningkatkan sikap penggunaan media sosial dalam rangka menjaga aspek-aspek *maqashid* syariah.
  4. Bagi akademisi dan peneliti, penelitian yang sama di masa mendatang juga bisa dilakukan untuk mengetahui dinamika hubungan nilai-nilai dasar manusia dengan sikap penggunaan media sosial dari waktu ke waktu.

## Referensi

- Bardi, A., & Schwartz, S. H. (2003). Values and Behavior: Strength and Structure of Relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(10), 1207–1220.  
<https://doi.org/10.1177/0146167203254602>
- Chapra, M. U. (2008). *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqāsid Al-Sharī'ah*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4188.5047>
- Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim Polri. (2021, Oktober 5). *Patroli Siber Statistik*.  
Patroli Siber. <https://patrolisiber.id/statistic>
- Fitriani, Y., & Pakpahan, R. (2020). Analisa Penyalahgunaan Media Sosial untuk Penyebaran Cybercrime di Dunia Maya atau Cyberspace. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 20(1), 21–27. <https://doi.org/10.31294/jc.v20i1.6446>
- Khatib, S. (2018). KONSEP MAQASHID AL-SYARI'AH: PERBANDINGAN ANTARA PEMIKIRAN AL-GHAZALI DAN AL-SYATHIBI. *Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi Dan Keagamaan*, 5(1). <https://doi.org/10.29300/mzn.v5i1.1436>
- Novianty, D., & Prastya, D. (2021, October 13). Kominfo: Ada 888 Juta Ancaman Siber di Indonesia Sepanjang 2021. *suara.com*.  
<https://www.suara.com/tekno/2021/10/13/140110/kominfo-ada-888-juta-ancaman-siber-di-indonesia-sepanjang-2021>
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York Free Press.

Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(5), 878–891. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.5.878>

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In *Advances in experimental social psychology*, Vol. 25 (pp. 1–65). Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)

Schwartz, S. H. (1997). Values and culture. In *Motivation and culture* (pp. 69–84). Routledge.

Schwartz, S. (2012). Toward Refining the Theory of Basic Human Values. In S. Salzborn, E. Davidov, & J. Reinecke (Eds.), *Methods, Theories, and Empirical Applications in the Social Sciences* (pp. 39–46). VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-18898-0\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-531-18898-0_6)

Shompa, Z., Saidin, A., Muhammad, M. R., Hussin, H., & Bakar, E. (2019). A Descriptive Analysis of Values and Maqasid al-Shari'ah in Social Media Use Among Students of IIUM. 1(1), 16.

Wahyudi, R. (2012, May 16). *Indonesia Masuk 10 Besar Penyumbang Cyber Crime Terbanyak*. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2012/05/16/09403718/indonesia-masuk-10-besar-penyumbang-quotcyber-crimequot-terbanyak>