

## **EFEK MEDIA MASSA TERHADAP AGAMA DAN SOSIAL BUDAYA**

<sup>1</sup>Hawaul Azmi, <sup>2</sup>Saryulis, <sup>3</sup>Chairul Vaznah, <sup>4</sup>Zahwa Nasyifa & <sup>5</sup>Armidadawati

<sup>1</sup>Hawaulazmi@gmail.com; <sup>2</sup>saryulis6@gmail.com; <sup>3</sup>vaznahc@gmail.com,  
<sup>4</sup>zahwanasyifa0@gmail.com & <sup>5</sup>armidaw160@gmail.com

**Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe**

**Abstrak:** Efek dari media massa bermain peran yang penting khususnya dalam moral dan karakter kepribadian seseorang. Penulisan ini bertujuan untuk menjelaskan dengan rinci dan memaparkan pandangan tentang bagaimana pengaruh dari media massa terhadap masyarakat, individu, penjabaran tentang kasus yang berbeda yang melibatkan bagian kehidupan agama, budaya sebuah komunitas negara dengan pengaruh terkontaminasi oleh negara yang mempengaruhi dan mereka yang berenang dengan visi misi dari media massa seseorang, memberikan efek yang biasanya berdampak buruk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif research, menganalisis bahwa bagaimana media dapat mempengaruhi 'agama' seseorang atau banyak orang melalui media sosial, pengaruh media sosial terhadap identitas keagamaan, dan bagaimana media digital mempengaruhi interaksi antar umat.

**Kata kunci:** *Efek Media Massa, Agama, Sosial*

---

<sup>1</sup> Korespondensi Penulis

## PENDAHULUAN

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Media massa adalah alat komunikasi yang digunakan untuk meneruskan informasi kepada khalayak banyak. Media massa menunjukkan jumlah orang yang dapat dijangkau oleh media tersebut. Misalnya surat kabar, Majalah, televisi, radio, dan internet. Efek media massa adalah perubahan pada pengetahuan, sikap, emosi, atau tingkah laku individu atau khalayak yang diperolehnya karena terus menerus terpapar media. Penyebab efek media pertama adalah karakteristik pendengar. Usia, jenis kelamin, emosi, pendidikan, dan latar belakang sosial dapat mempengaruhi respons pendengar terhadap pesan media massa. Efek komunikasi media massa ada tiga dimensi adalah, kognitif, efektif dan behavioral atau konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar dan tambahan pengetahuan. Efek efektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan attitude atau sikap seseorang. Efek behavioral merupakan akibat timbulnya pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

Media sosial memang mempermudah atau mempermudah para remaja bermain di dunia maya dan membuat mereka betah bermain sosial media lama lama. Remaja bisa di bilang sedang mencari jati dirinya, kalau di pertemuan dengan keadaan lingkungan atau luar yang kurang cocok dan labil, maka mereka akan sangat mudah terjadinya kesusahan batin, atau hidup yang penuh dengan pikiran buruk dan bisa di katakan kurang percaya diri. masalah ini bisa menyebabkan para remaja indonesia menjadi kelainan kelainan kelakuan yang aneh yang membayakan diri nya sendiri dari sekarang atau di kemudian hari nanti.<sup>2</sup>

Biasanya di bilang ada massa media seperti media sosial tidak hanya berdampak pada perilaku dan bagaimana cara mereka bergaul, tetapi juga berdampak terhadap sosial budaya dan bagi agama nya juga demikian. Terdapat berbagai penyebab efek media massa terhadap sosial budaya yang mana ternyata berupa mendorong jalannya perubahan sosial masyarakat

---

<sup>2</sup>Ahmad Safi'i Nasution, *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan remaja payungsekaki kota pekan baru*, 2023.

sebagai perubah pola pikir masyarakat, sebagai perubah sikap masyarakat, dan sebagai perubah budaya materi masyarakat.

Media massa berperan dalam globalisasi agama dengan mengeksport dominasi kebudayaan tertentu dan juga melemahkan upaya keagamaan untuk membalikkankan kemerosotan sosial dan moral. media berperan dalam mempromosikan nilai-nilai kristen yang sejati dan di gunakan oleh gereja untuk menjangkau penonton global.<sup>3</sup>

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memperluas jangkauan media massa memungkinkan pesan-pesan untuk di perluaskan dengan cepat dan luas. Namun, perkembangan ini juga menimbulkan tantangan baru dalam konteks bagaimana agama dan sosial budaya di presentasikan dan di persepsikan. Dalam konteks ini, penting untuk mengeksplorasikan bagaimana media massa memengaruhi representasi agama dan sosial budaya, serta dampaknya terhadap dinamika sosial yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efek media massa terhadap Agama dan sosial budaya dengan menyoroti perubahan dalam representasi dan persepsi yang muncul sebagai akibat dari penggunaan media massa. Penelitian ini akan menelaah berbagai fenomena, termasuk perubahan dalam cara agama di sajikan di media, dampak media terhadap identitas budaya, serta implikasi sosial dari perubahan tersebut. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan ini diharapkan dapat di temukan wawasan yang berguna untuk memahami dan mengelola pengaruh media massa dalam konteks sosial dan budaya yang semakin kompleks.

## KAJIAN TEORITIS

Media dari segi bahasa adalah seluruh dari kata medium, berarti middle yang berarti “Tengah” atau “Penengah”.<sup>4</sup> Konsep *middle* berada di tengah tidak ada di atas dan tidak ada di bawah. Media massa merupakan alat

---

<sup>3</sup> Zulfikar, *Pengaruh Media Massa Terhadap Budaya, Sosial Dan Ekonomi Masyarakat*, (At-Tabayyan, Nomor 1, Desember 2015), h. 3.

<sup>4</sup> M.Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), h.56.

komunikasi utama yang banyak di gunakan oleh orang pada jaman sekarang seperti, Radio, Televisi, Koran, majalah dan masih banyak lainnya.

Secara tradisional, media paling terlibat dalam penyajian agama melalui jurnalisme. Era media massa di mulai dengan perkembangan pers massa, dan selain perkembangan khalayak baru dan ekonomi baru, ia juga mengembangkan konten baru. Dengan adanya media massa perubahan sosial budaya masyarakat sangat terlihat nyata karena sejak adanya media massa norma-norma kebiasaan, sikap lama kelamaan terkikis pelan-pelan dan semakin di lupakan oleh masyarakat dan tergantikan dengan kebiasaan baru.

Ada teori yang mengatakan dan menjelaskan, tentang efek yang di dapatkan dari media dengan menggunakan sosial media secara luas, informasi yang datang dari media mengakibatkan perubahan budaya yang sangat banyak pada masyarakat.<sup>5</sup>

### **Teori kultivasi(cultivation Theory)**

Teori kultivasi(cultivation Theory) pertama kali di kenalkan oleh George Gerbner ketika ia menjadi dekan Amembreg Schopol of Communication di Universitas Pennsylvania, Amerika (AS).<sup>6</sup> Kultivasi membuat perasaan tidak nyaman dan si khalayak mengalami “realitas sosial” ciptakan dan menjaga media massa. Seperti menonton berita berlebihan dapat menyebabkan si khalayak memperkuat ketakutan terhadap kasus penculikan anak, tetapi menonton TV tidak semua menyebarkan hal yang seperti ini. Kultivasi memperlihatkan penjelasan terhadap media sosial dapat mempengaruhi perhatian dan sudut pandang seseorang terhadap lingkungan sekitarnya.

Teori kultivasi terbit karena ingin meyakinkan keyakinan manusia bahwa efek dari media massa lebih bersifat kumulatif dan lebih berdampak pada tataran sosial budaya ketimbang individual. Teori Kultivasi

---

<sup>5</sup> Bibit Santoso, *Konsumentenisme Dalam Masyarakat Urban*, Disertasi (Yogyakarta: UGM, 2012), h. 7.

<sup>6</sup> Zulfikar, *Pengaruh Media Massa Terhadap Budaya, Sosial Dan Ekonomi Masyarakat*, (At-Tabayyan, Nomor 1, Desember 2015), h. 3.

lebih memfokuskan pada kuantitas menonton sosial media dan tidak menyediakan perbedaan yang muncul ketika penonton menginterpretasikan siaran televisi atau media sosial. Penonton tidak perlu secara pasif menerima apa yang mereka lihat di sosial media sebagai kenyataan.

Kultivasi kadang kala di anggap sebagai sudut pandang yang kuat terhadap media massa yang memiliki efek kekuatan yang kuat. teori menyatakan bahwa para pecandu televisi membangunkan keyakinan si khalayak yang berlebihan. Media komunikasi bisa menyediakan informasi yang aktual dan faktual juga berupa visual unyuk menarik minat masyarakat akan pengetahuan yang mereka butuhkan.

Media massa menawarkan keberagaman informasi dan pengetahuan baru dengan volume yang sangat besar. Hal ini mendorong percepatan pemahaman terhadap karakter budaya lain. Semakin tinggi pemahaman terhadap budaya lain, akan semakin memungkinkan terjadinya komunikasi antar budaya yang lebih efektif. Media massa sebagai agen of change (pelopor perubahan) berperan dalam mendorong perubahan pola pikir masyarakat, perubahan sikap masyarakat dan sebagai perubah budaya materi masyarakat.

Kajian teori dapat mengeksplorasi bagaimana media massa dan budaya serta dampak yang di timbulkan terhadap masyarakat. Keberadaan media massa dalam menyajikan informasi cenderung menyajikan informasi perubahan serta banyak membawa pengaruh pada penetapan pola pikir.<sup>7</sup>

### **Teori efek persuasi (Albert Bandura)**

Efek komunikasi persuasi adalah perubahan yang terjadi pada diri persuade sebagai akibat dan di terima pesan melalui proses komunikasi. efek yang terjadi dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku (kognitif, efektif, konatif). Efek media yang berfokus pada gagasan bahwa media dapat secara langsung menanamkan ide ke dalam pikiran khalayak.. dan dia juga percaya bahwa khalayak memperoleh sikap, respons emosional dan gaya perilaku baru melalui pemodelan.

---

<sup>7</sup> Zulfikar, pengaruh media massa terhadap budaya, sosial dan ekonomi masyarakat. hal 4

### **Teori spiral of silence(spiral keheningan)**

Teori spiral keheningan adalah teori yang mengemukakan bahwa keinginan orang untuk mengemukakan pendapat mereka tentang isu publik yang kontroversial di pengaruhi oleh persepsi mereka tentang pendapat itu sendiri sebagai populer maupun tidak. tepatnya, persepsi bahwa ini opini seseorang tidak berpopularitas cenderung menghambat atau mencegah seseorang untuk mengungkapkannya, sedangkan opini populer overlap nya cenderung menimbulkan hal sebaliknya. Dikembangkan oleh peneliti survei dan komunikasi Elisabeth Noelle Neumann, seorang akademisi asal jerman, pada tahun 1960-an dan 1970-an, teori spiral kesenyian secara lebih luas mencoba untuk menggambarkan proses di balik pembentukan opini publik dan pengambilan keputusan masyarakat tentang isu-isu kontroversial atau moralitas.

### **METODE PENELITIAN**

Menurut Steven M Chaffe, efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan yaitu seperti: pendekatan pertama merupakan efek media massa yang berhubungan dengan media tersebut, selanjutnya pendekatan kedua yang terlihat adalah perubahan sikap dan komunikasi, perasaan dan perilaku atau bisa dikatakan dengan perubahan kognitif, efektif, dan behavioral. Dan pendekatan ketiga adalah observasi terhadap seseorang yaitu masyarakat, individu, kelompok dan organisasi.<sup>8</sup> Menganalisis peran media sosial terhadap identitas keagamaan, dan dampak media digital terhadap interaksi antarumat beragama. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika hubungan antara media agama dan masyarakat di era gitalisasi

Efek merupakan unsur penting dalam semua prosesnya komunikasi, efek tidak hanya sekedar umpan balik dan reaksi penerima(komunikasi) kepada pesan yang disampaikan oleh komunikator, melainkan efek dalam komunikasi adalah panduan sejumlah kekuatan

---

<sup>8</sup>Elvinaro Ardiantodan Lukiat Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama media, 2005), h.49.

yang bekerja di masyarakat, dan dimana komunikator hanya bisa menguasai satu kekuatan saja yaitu pesan-pesan yang di sampaikan.

a. Kognitif

Kognitif adalah seluruh kegiatan mengenai mental yang membuat seorang atau individu, bisa menimbang, menilai, suatu peristiwa, sebagai akibat pengetahuan individu tersebut. Kognitif harus di gabungkan dengan kecerdasan seseorang.

b. Efektif

Komunikasi sekarang tidak hanya saja meningkatkan pengetahuan atau pemahaman tetapi komunikasi berusaha buat menyentuh perasaan komunikasi, sehingga akan muncul nya perasaan-perasaan tertentu dari komunikasi, contoh nya seperti, senang, sedih, marah, gembira, kesal dan masi banyak lain nya.

c. Behavioral

Dampak dari behavioral adalah pada perilaku atau tindakan dan gerakan penonton ada di kehidupan se hari-hari nya. Seperti adegan yang tidak baik contohnya adegan kekerasan yang ada di film sosmed atau di televisi menyebabkan orang ganas.

Efek dari media massa berpengaruh terhadap proses pembentukan citra yang akhirnya menimbulkan citra positif atau negatif terhadap intitusi kepolisian melalui informasi media massa televisi melalui program NET<sup>9</sup>86<sup>9</sup>.<sup>9</sup> Citra positif merupakan kesan, pandangan atau resepsi baik yang di nilai oleh individu atau kelompok terhadap organisasi atau pun sebaliknya. citra negatif yaitu kesan, pandangan atau persepsi buruk yang di nilai oleh individu atau kelompok terhadap organisasi.

Metode meneliti efek media massa ada beberapa metode yang bisa di gunakan untuk menganalisis efek media massa pada agama dan sosial budaya, contohnya seperti:

- 1) Studi kasus meneliti media massa memengaruhi praktik agama atau nilai sosial budaya dalam konteks spesifik. sebagai contoh, analisis program TV yang mengangkat isu-isu keagamaan.

---

<sup>9</sup>Repository UIN Suska (Tinjau pustaka) BAB II, h. 2.

- 2) Survei dan koesioner, metode ini melibatkan pengumpulan dari pendapat responden tentang agama dan budaya setelah terpapar media massa. Ini akan membantu mengukur resepsi dan sikap seseorang.
- 3) Analisis isi, metode ini melibatkan analisis konten media massa seperti berita, film, dan bagaimana mereka mewakili agama dan budaya. Sisi dalam melihat tema, simbol, dan narasi yang di gunakan.
- 4) Wawancara mendalam, metode ini akan mengeksplorasi pengaruh media massa pada keyakinan dan praktik agama individu atau kelompok.
- 5) Eksperimen, tes efek langsung dengan memaparkan kelompok kontrol dan kadangkannya.

Penyebab Kecanduan Media Massa Adalah Dopamin Otak Yang Meningkat Yang memberikan rasa bahagia setelah seseorang mengakses media sosial. Mengakibatkan otak menganggap hal ini membuat sangat menyenangkan sehingga melakukan nya secara berulang-ulang. Fenomena kecanduan media sosial sebagian besar di sebabkan oleh lingkungan sosial yang memicu dopamin yang di sediakan oleh situs jejaring sosial. Platform media sosial menghasilkan sirkuit saraf yang sama yang terlihat pada mereka yang kecanduan judi dan pengguna narkoba.

Media massa juga berpengaruh pada kenakalan remaja, kesehatan mental remaja dan gaya hidup mereka seperti, pesan dan konten media dapat membuat orang terlihat normal, keren, atau dewasa jika mereka makan junk food, merokok, menggunakan vape, minum alkohol, dan mengasumsi obat-obatan terlarang lainnya. Hal ini mempengaruhi keputusan yang di buat oleh para remaja. Alasan para-para remaja ini menggunakan media sosial adalah 86.1% untuk meng update informasi, 60.2% memperluas koneksi, 34.3% untuk mengikuti trending, 63% untuk mengisi waktu luang, 76.9% untuk berkomunikasi dengan banyak orang, 24.1% untuk melakukan bisnis/kewirausahaan, 45.4% untuk berbagi pengalaman atau momennya masing-masing, dan 17.6% untuk bermain game. Penggunaan media sosial oleh remaja secara signifikan, termasuk dengan peningkatan perilaku perilaku kenakalan, termasuk penyalahgunaan obat-obatan, perilaku seksual beresiko, dan keterlibatan dalam tindakan kriminal.



Cara mengatasi agar tidak kecanduan media sosial

1. Memperbanyak aktivitas di luar rumah
2. Membuat jadwal atau membatasi waktu untuk bermain media sosial.
3. Meluangkan waktu untuk berinteraksi dengan orang lain
4. Memeulai hobi baru yang tidak berkaitan dengan media sosial dll

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyajikan ulasan yang komprehensif tentang kolerasi agama, sosial dan budaya, media dan masyarakat di era di gitalisasi. dalam hal ini menggunakan pendekatan kualitatif *research*, menganalisis bahwa bagaimana media dapat mempengaruhi 'agama' seseorang atau banyak orang melalui media sosial, pengaruh media sosial terhadap identitas keagamaan, dan bagaimana media di gital mempengaruhi interaksi antar umat. Penelitian tersebut diharapkan bisa memberikan pengertian yang bagus tentang dinamika yang lebih besar dari hubungan pengaruh antara media'agamaan masyarakat di era di gitalisasi.

## PEMBAHASAN

Menurut leksikon komunikasi, media masa adalah sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas, misalnya radio, televisi, dan surat kabar.<sup>10</sup> Banyak yang mengatakan pendapat seseorang dapat ditandai dengan fakta bahwa dasar pendapat ini merupakan pengetahuan atau informasi fakta.

Media massa dan televisi sebagai salah satu simbol konstruksi sosial. Media massa dan telegraf sebagai bentuk campur tangan kuasa dalam kebenaran realita sosial. Berbagai macam norma kehidupan yang sangat dipegang oleh media. Pada kurun waktu beberapa dekade terakhir, media massa menjadi agen pembentukan opini secara masif. Peningkatan intensif peran media dalam pembentukan opini publik bukanlah tanpa sebab. Intensifitas peran agen pembentuk opini ini sangat erat kaitannya dengan perjalanan intensif dan cepat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Sepuluh tahun yang lalu sangat sulit bagi seseorang untuk melakukan akses

---

<sup>10</sup>Written by tere (pengertian media massa dan karakteristiknya sebagai sarana komunikasi) [www.gramedia.com](http://www.gramedia.com)

ke internet, ramai mana yang dimiliki omnibus harian milik warga. Sejak sepuluh tahun terakhir ini.

Produk media massa pada dasarnya bukan saja tampilan citra realitas, namun sebenarnya merupakan citra media itu sendiri. Oleh karena itu, dapat di jadikan suatu ukuran dalam pemahaman rencana bahasa manfaat untuk melihat bagaimana bahasa yang akan di gunakan dalam membentuk konstruksi, budaya, dan sosial ekonomi. Artinya, informasi atau berita yang di sampaikan dalam bentuk berita contohnya seperti, secara keseluruhan dapat dikatakan dalam suatu tingkat mempengaruhi sudut pandang manusia terhadap lingkungan atau dunia di sekelilingnya. Tetapi jika kita selidiki secara mendalam, berita informasi sendiri pada dasarnya hanya sekedar suatu ringkasan interpretasi yang sudah di olah berdasarkan fakta.

Untuk mengatakan bahwa berita atau informasi merupakan suatu entitas objektif yang memiliki kepastian. tetapi pasti bisa di katakan bahwa suatu berita atau informasi di rebut sebagai realitas subjektif asli. Dalam hal ini wajar saja, jika untuk memperlambat prosesitu adalah sebagai cara sebelum membuat teks berita.

Media massa sangat mendukung perjuangan keadilan informasi di karenakan opini publik berpotensi untuk mengubah sistem sosial yang ada termasuk dengan upaya membangkitkan sikap dan tindakan publik terhadap permasalahan sehari-hari yang ada di masyarakat.<sup>11</sup>

Hasil penelitian menyatakan bahwa manfaat media massa berperan sebagai penunjang perubahan sosial yakni sebagai pengirim informasi. Media massa dalam masyarakat memiliki beberapa fungsi sosial, yaitu fungsi pengawasan sosial, fungsi interpretasi, fungsi transmisi nilai dan fungsi hiburan. Efek media massa di teliti di dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, dari perilaku memilih sampai persepsi kekerasan, dari evaluasi ilmuwan hingga pemahaman kita tentang pendapat orang lain.

---

<sup>11</sup> Tatang sudrajat, Leni Rohida (Efek media massa dalam pembentukan opini publik di masa pandemi covid-19) h. 4.

Dampak negatif merupakan dampak yang menimbulkan turunnya harkat, martabat, citra, kepercayaan, nama baik atau mengganggu kelancaran pelaksanaan tugas dan lain-lain. Dampak negatif efek media massa merupakan menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan mendekatkan orang yang sedang jauh, interaksi tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap media sosial, menimbulkan masalah privasi, konflik, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain.

Media massa adalah alat komunikasi, dengan bahasa kita mengungkapkan pikiran dan perasaan, baik secara lisan maupun tertulis. Namun dari satu kesatuan wacana inilah penulis mencoba memaknai dengan kritis untuk mengungkapkan informasi penting yang dinyatakan watawan atau penulis berita kepada pembaca, penulis melakukan analisis wacana kritis opini pada media massa cetak yang edisi oleh media massa sumatra ekspres edisi Oktober 2020 dengan melihat efek kognitif, efek pengaruh, efek efektif dan efek konitif.

Masyarakat Indonesia sekarang semakin hari semakin aktif di dunia sosial media atau biasanya di orang menyebutnya dunia maya, yang mencapai puluhan juta orang, sehingga konten-konten apapun itu dapat viral secara cepat dan sangat mudah, contoh nya konten yang unik pada sebelumnya hal-hal belum pernah terpikirkan akan viral di sosial media. Tidak ada yang terkecuali semua nya akan ikut viral, adanya fenomena "*kids jaman now*", cyber bullying. Ada juga terjadi nya peniruan gaya orang dewasa yang sekarang sangat marak sekali yang diikuti oleh para remaja tanggung.

Teknologi membuat jarak tidak menjadi masalah bagi orang melakukan komunikasi. hal ini terjadi karena adanya kemajuan teknologi media massa. Sangat di prihatinkan jika kemajuan teknologi ini hanya di manfaatkan atau di gunakan hanya untuk meng update status dan hanya menulis komentar di postingan orang lain.

Penggunaan internet media massa di Indonesia di dominasi oleh generasi milenial dan generasi Gen Z, generasi yang lahir di era digital, yang di mana smartphone sudah menjadi bagian dari keseharian masyarakat termasuk para remaja. dan asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) mengumukan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024

mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.699.666.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023.

Banyak perubahan-perubahan budaya karena pengaruhnya media sosial terhadap budaya di generasi sekarang terkhususnya di negara kita yang mengikuti budaya luar negeri atau yang dinamakan sekarang dengan trend contohnya seperti makanan dan juga pakaian.

SDM (sumber daya manusia) yang sangat rendah di Indonesia dan di peringkat global Indonesia di peringkat paling rendah SDM yang diakibatkan oleh pola pikir anak generasi jaman sekarang akibat penyalahgunaan media sosial yang mudah di cuci otak nya oleh influencer-influencer tik tok, instagram, you tube, facebook dan masih banyak yang lain nya yang mempengaruhi pikiran mereka yang menentang agama maupun budaya di agama di Indonesia.

Pengaruh sosial media bagi kesehatan mental akibat media yang membuat agama di Indonesia menjadi sangat rapuh dan cepat terpengaruh karena adanya media sosial yang membuat mental pemuda sekarang sangat rapuh.

Dengan demikian, hasil yang diperoleh dari diskusi tentang dampak media massa pada agama dan budaya sosial adalah sebagai berikut:

1. Penyebaran dan aksesibilitas: Mass media memungkinkan ajaran dan praktik agama dan budaya terdistribusi meluas yang memungkinkan akses ke informasi untuk sampai kepada khalayak yang lebih luas.
2. Transformasi persepsi: Representasi agama di media cenderung memungkinkan menjadikan tatanan agama di dalam masyarakat berubah dalam keadaan positif atau negatif dan berisiko membentuk stereotip atau bahkan menghilangkan stigma.
3. Dialog dan toleransi: Lengan media harus mendorong dialog antar agama maupun antar budaya yang memungkinkan pengertian meluas dan toleransi terjadi ketika elemen-elemen kelompok tersebut bertemu.
4. Isu kontroversial: Media sering kali menyajikan isu-isu sensitif yang memungkinkan merebaknya debat atau konflik yang memicu ketegangan antar kelompok-kelompok dengan keyakinan berbeda.

5. Globalisasi Budaya: Penyebaran budaya saat ini melalui media juga dapat menghasilkan akulturasi, akan tetapi mungkin juga menjadi ancaman bagi kesinambungan warisan tradisional dan identitas budaya lokal.
6. massa penting bekerja demi membangun cara kerja budaya kiriman tulisan serta cara membentuk kembali masyarakat dengan kesadaran diri terhadap agama dan budaya dalam cara kerja masyarakat dengan Komunitas Digital: Prima platform digital telah mengizinkan para masyarakat untuk membentuk komunitas sebanding keimanan dan kebudayaannya. Platform ini meningkatkan identitas dan identitas warisan; di sisi lain sebagian memberikan ruang bagi ekstreamisme. Secara keseluruhan, media perubahan warisan lingkungannya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media massa, baik televisi, radio, internet, maupun media sosial terbukti memiliki dampak dari praktik keagamaan. Namun, demikian, media memiliki resiko bahwa agama dapat menjadi terdistorsi sebagai akibat dari ketidaksesuaian ajaran agama dengan karya fisik dari media tersebut yang menodai interpretasinya. Dengan demikian, media massa dapat berfungsi baik sebagai sensor pendidikan agama, menyebarkan ajaran agama di antara pembuyang, maupun sebagai organisator process belajar membaca dan menulis.

Bagian lain yang terkait adalah perannya media massa dalam membentuk identitas seseorang melalui agama ketika konten agama tersebar di ruang digital. Adalah fakta bahwa semua tipe eksposur tersebut dapat menyebabkan hasil yang sama, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian bahwa orang yang lebih banyak terkena konten keagamaan yang diperoleh dari media sosial sebagian besar akan cenderung yang memperkuat atau membentuk identitas religius kembali ke berangkat.

Di sisi lain, mereka pada dasarnya dapat mencegah hasil radikalisasi atau, sebaliknya, sekularisasi, tetapi intinya adalah elemen yang sama – konten yang dikonsumsi. Diskusi terbuka dan eksposur yang beragam dalam ruang lingkup memungkinkan orang untuk membahas atau meyakini dunia lain dan mempengaruhi praktik sehari-hari mereka.

## **Media Massa Dan Agama**

### **Dampak Positif:**

1. Memperkenalkan budaya-budaya baru dan memperkaya khazanah budaya.
2. Mempermudah penyebaran informasi mengenai keberagaman budaya, yang dapat mempererat hubungan antar kelompok budaya yang berbeda.
3. Membantu pelestarian budaya melalui dokumentasi dan penyebaran konten budaya yang autentik.

### **Dampak Negatif:**

1. Standarisasi budaya global yang sering kali mengurangi keberagaman budaya lokal.
2. Kecenderungan untuk mengadopsi budaya Barat tanpa mempertimbangkan relevansi atau adaptasi terhadap konteks lokal.
3. Perubahan perilaku sosial yang dipengaruhi oleh tren media, seperti pergeseran nilai keluarga dan hubungan sosial.

## **Media massa dan sosial budaya**

### **Dampak Positif:**

1. Penyebaran pengetahuan agama yang lebih luas.
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang berbagai ajaran agama dan toleransi antar umat beragama.
3. Memberikan platform bagi organisasi keagamaan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara lebih efektif.

### **Dampak Negatif:**

1. Penyalahgunaan media untuk menyebarkan ekstremisme atau radikalisasi.
2. Media kadang-kadang mengurangi keautentikan ajaran agama dengan mengemasnya dalam bentuk yang komersial atau sensational.

3. Penyebaran informasi yang tidak akurat terkait agama, yang dapat menimbulkan kebingungannya masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Media massa memiliki dampak yang signifikan terhadap kedua aspek tersebut. Media massa, sebagai saluran informasi yang luas, mempengaruhi pandangan agama dan sosial budaya masyarakat dalam berbagai cara. Pengaruh ini dapat bersifat positif, seperti meningkatkan kesadaran dan pemahaman antaragama serta memperkenalkan budaya baru, tetapi juga dapat menimbulkan dampak negatif, seperti distorsi nilai-nilai agama, pemahaman yang salah tentang budaya, serta munculnya polarisasi sosial. Media, baik itu televisi, internet, maupun media sosial, sering kali menyampaikan informasi yang tidak selalu akurat, yang bisa mengarah pada misinformasi atau bahkan perpecahan dalam masyarakat.

Hasil penelitian ini yang meneliti pengaruh efek media massa terhadap agama dan sosial budaya adalah perubahan pada pengetahuan, sikap, emosi, atau tingkah laku individu atau khalayak yang diperolehnya karena terus menerus terpapar media. Terdapat berbagai penyebab efek media massa terhadap sosial budaya yang mana ternyata berupa mendorong jalannya perubahan sosial masyarakat sebagai perubah pola pikir masyarakat, sebagai perubah sikap masyarakat, dan sebagai perubah budaya materi masyarakat. media sosial tidak hanya berdampak pada perilaku dan bagaimana cara mereka bergaul, tetapi juga berdampak terhadap sosial budaya dan bagi agama nya juga demikian.

## DAFTAR REFERENSI

- Nasution, Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan remaja payungsekaki kota pekan baru 2023
- Bibit santoso, konsumenisme dalam masyarakat urban, Disertasi, Yogyakarta: UGM, 2012.
- Elvinaro Ardianto dan Lukiat Komala Erdinaya, komunikasi Massa suatu pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama media, 2005.
- M. Tata Taufik, Etika Komunikasi Islam, Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Repository UIN Suska
- Tatang Sudrajat, Leni Rohida, Efek media massa dalam pembentukan opini publik di masa pandemi covid-19).
- [www.gramedia.com](http://www.gramedia.com)
- Zulfikar, *Pengaruh Media Massa Terhadap Budaya, Sosial Dan Ekonomi Masyarakat*, At-Tabayyan, Nomor 1, Desember 2015.