

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

Hal yang mempengaruhi minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan di Wihara salah satunya adalah eksistensi Pandita. Hal ini didasarkan pada penelitian secara kuantitatif dan kualitatif yang dilakukan oleh Sukarti (2020:100) di wilayah Karasidenan Madiun. Hasil menunjukkan bahwa Pandita yang merupakan tokoh agama di wilayah ini menjadi panutan sehingga mempengaruhi sekali minat umat untuk kebaktian dan ikut kegiatan keagamaan di Wihara.

Kinerja pengurus dalam memberikan pelayanan cukup mendapat perhatian umat, ketidakmampuan pengurus didalam menangani masalah yang muncul menandakan bahwa ketidaktrampilan pengurus dalam menyelesaikan persoalan. Dalam penelitiannya Lamirin (2020:19) menemukan bahwa untuk meningkatkan kinerja pengurus, komunikasi interpersonal perlu ditingkatkan lagi sehingga tidak terjadi kesalahpahaman, hubungan lebih harmonis, target dapat tercapai dan pelayanan kepada umat dapat diberikan dengan baik dan maksimal.

Seorang ketua di Wihara, harus mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap umat, menjaga sarana dan prasarana sehingga kemegahan dari Wihara tersebut tetap terjaga. Namun sebagai seorang pemimpin di lingkungan sosial yang tidak dibayar, ketua dituntut untuk

menjadi pelayan bukan pengatur. Maka itu diperlukan komunikasi interpersonal yang baik antara pemimpin Wihara dengan umat agar Wihara bisa ramai, umat tertarik mengikuti kegiatan di Wihara. Komunikasi interpersonal yang baik pada seorang pemimpin berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan umat (Agus Susilo, Komang Sutawan, Rapiadi , 2021:57) .

Peneliti menemukan beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan pemanfaatan media sosial. Sebuah kajian literatur menyatakan bahwa kehadiran media sosial yang merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi memberikan banyak perubahan pada dunia pelayanan. Hal ini sangat berdampak pada komunikasi dalam beberapa bidang seperti pendidikan, promosi, politik dan informasi. Kebiasaan masyarakat dalam berkomunikasi pun mengalami perubahan drastis dari konvensional menjadi digital sehingga komunikasi menjadi lebih efektif (Ahmad Setiadi, 2016:7).

Dalam analisis dan uji statistik yang dilakukan oleh Ni'matul Rohmah (2020:12) mengungkapkan bahwa media sosial menjadi pemuas bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi selama pandemi Covid 19, dengan mengambil populasi dari pengikut akun instagram dan twitternya menunjukkan 93% setuju media sosial berguna sebagai sumber informasi, 83% setuju informasi di media sosial dapat membantu sesama, dan informasi di media sosial dapat memuaskan masyarakat untuk melakukan sesuatu ini disetujui oleh 92%.

Penelitian lain akan manfaat media sosial menunjukkan bahwa adanya budaya baru pada mahasiswa yang hampir semua memiliki akun media sosial dan smartphone. Melihat budaya baru ini, maka perpustakaan pun mengambil peluang dengan memperbarui sistem pelayanan mereka, sehingga mahasiswa bisa dengan mudah mengakses informasi dan berinteraksi secara online. Hal ini menjadikan lebih praktis dan mudah dalam komunikasi pelayanan perpustakaan (Widada, 2018:30).

Pemanfaatan media sosial selama Covid-19 juga memberikan dampak yang kurang efektif. Dalam penelitian yang dilakukan (Diana 2021:157) dengan pendekatan kualitatif deskriptif pada Vihara Dhammadipa yang bertempat di Surabaya, karena pandemi yang menyebabkan kegiatan keagamaan tidak dapat dilakukan dengan tatap muka atau offline maka dilakukanlah secara online dengan memanfaatkan media zoom. Namun sering terkendala sinyal atau umat yang masih belum paham dalam penggunaan teknologi. Sehingga kegiatan keagamaan tidak berjalan dengan maksimal.

Penelitian ini mengevaluasi strategi deteksi dini wabah sejenis Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cara efektif deteksi ini adalah melalui komunitas jaringan antar tetangga yang menggunakan media sosial dalam penyampaian informasi, sehingga penyakit-penyakit dapat terdeteksi sedini mungkin (Browne dkk., 2024:122)

Dalam dunia pendidikan, pemanfaatan teknologi informasi sebagai media pembelajaran memberikan pengaruh terhadap peningkatan hasil

belajar peserta didik. Penelitian yang dilakukan pada sebuah Sekolah Dasar Negeri 1 di Cimahar dengan membandingkan pengaruh pembelajaran secara konvensional dengan pemanfaatan teknologi menunjukkan bahwa peserta didik menjadi lebih tertarik dengan pembelajaran didalam kelas, termotivasi untuk aktif dalam mengemukakan pendapat serta diskusi (Sutisna, Novita, dan Iskandar, 2020:5).

Pada penelitian-penelitian tentang pemanfaatan media sosial terlihat bahwa perkembangan teknologi mengubah cara masyarakat mendapatkan dan berbagi informasi yang serba digital saat ini. Dampak dari pandemi juga berpengaruh pada perubahan tatanan hidup masyarakat dalam berbagai bidang sehingga kemajuan dunia digital semakin berkembang pesat. Namun selain berdampak positif juga memberikan dampak negatif, maka harus bijak didalam menggunakan media sosial ini.

Dalam penyampaian informasi selain media, hal lain yang juga perlu diperhatikan adalah komunikasi. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Audah Mannan bahwa mahasiswa dalam berkomunikasi dengan menggunakan *smartphone* dengan dosen banyak tidak beretika dan tidak sopan dalam bertutur kata, isi pesan yang tidak jelas, tidak melihat waktu ketika berkomunikasi, lupa menempatkan diri sebagai mahasiswa sehingga kurang menghargai dosen. Hal ini disebabkan mahasiswa kurang mengetahui etika berkomunikasi dan juga faktor lingkungan sosial dan masyarakat (Mannan, 2019:16).

Tercapainya pendidikan yang bermutu sangat bergantung pada terjalinnya hubungan baik antara pendidik dan peserta didik, sehingga diperlukan komunikasi yang efektif. Penelitian ekstensif telah menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memainkan peran penting dalam menumbuhkan semangat belajar siswa, khususnya dalam mata pelajaran yang berkaitan dengan Kebudayaan Islam. Melalui dialog terbuka dan pertukaran ide, guru mampu mengumpulkan wawasan berharga dari siswa mengenai metode pengajaran yang lebih menarik dan menawan, sehingga menuntut kreativitas yang lebih besar dari para pendidik (Aziz, 2019:161).

Penelitian tentang komunikasi interpersonal dilakukan juga dalam dunia organisasi. Seperti pada penelitian ini, dalam meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal pada organisasi, diperlukan perbaikan efikasi diri, gaya kepemimpinan, kekohesifan tim. Efikasi diri dimulai dengan membangun motivasi kesuksesan dalam mengerjakan fungsi dan tugas, semangat untuk terus belajar, tidak egois dan mau menerima masukan. Kepemimpinan yang berorientasi pada tujuan organisasi, hubungan yang baik antara pemimpin dan bawahan, serta orientasi pada kualitas organisasi. Sedangkan untuk mempertahankan kekohesifan tim dapat dilakukan dengan meningkatkan keyakinan, kinerja, komitmen sehingga karyawan dapat bertahan lama dalam tim (Hidayat, 2017:165).

Studi pada suatu komunitas buddhis moderen yang mencerminkan bahwa para master yang memiliki gelar Dharma dapat mempengaruhi interaksi dan cara berkomunikasi. Hasil penelitian menunjukkan signifikan

antara mereka yang memiliki gelar Dharma memiliki hubungan emosional dan keuntungan didalam berinteraksi dibandingkan dengan mereka yang tidak memiliki gelar (Chi dkk., 2023:139)

Hubungan suami istri dapat terjalin dengan baik jika komunikasi interpersonal antara berdua dilakukan dengan baik, dalam penelitian yang dilakukan pada suami yang memiliki istri yang bekerja bahwa sebuah komitmen dan komunikasi interpersonal yang terjalin baik antara suami istri dapat meningkatkan kepuasan perkawinan (Harahap dan Lestari, 2018:124;Hachen dkk., 2024:151).

Remaja yang sulit menyesuaikan diri dalam lingkungan akibat dari komunikasi interpersonal yang tidak terjalin dengan baik mengakibatkan remaja menjadi kurang percaya diri, tidak sopan, bolos sekolah, berani melawan guru bahkan hingga melakukan kekerasan di lingkungan sekolah. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada salah satu Madrasah di Papua menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara komunikasi interpersonal dengan penyesuaian diri remaja. Semakin terjalin baik komunikasi itu maka penyesuaian diri pada remaja pun semakin baik (Mataputun dan Saud, 2020:36).

Dari penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal perlu ditegakkan dalam kehidupan sehari-hari, karena memberikan dampak yang positif hampir disemua bidang kehidupan.

Seluruh penelitian-penelitian diatas berkaitan dan relevan dengan variabel-variabel yang ingin penulis teliti. Hasil dari penelitian tersebut

menunjukkan pengaruh pemanfaatan media sosial, komunikasi interpersonal dan pelayanan yang berpengaruh pada umat. Untuk itu peneliti menyimpulkan dari konsep dan teori ini dapat menjadi acuan bagi peneliti untuk penyusunan kerangka teoritis pada penelitian ini sehingga membantu dalam pengujian pengaruh pemanfaatan media sosial dan komunikasi interpersonal dalam penyampaian informasi terhadap minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan di Wihara.

B. Kerangka Teoritis

1. Minat Mengikuti Kegiatan Keagamaan

a. Minat

Arti kata minat dalam KBBI adalah kecendrungan hati yang tinggi terhadap sesuatu keinginan. Minat diartikan keinginan yang muncul setelah melalui pengamatan, perbandingan dan pertimbangan dengan kebutuhan yang diperlukan (Sukarti, 2020:95). Kata minat dapat didefinisikan sebagai rasa ketertarikan tanpa paksaan terhadap sesuatu hal atau aktivitas dan karena kesadaran yang tinggi tertarik untuk mempelajarinya hingga mencapai tujuan (Sukodoyo, Situ Asih, Tri Yatno, 2018:67).

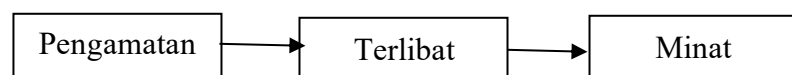
Minat adalah keadaan di mana seseorang secara konsisten tertarik dan terlibat dalam suatu aktivitas atau objek tertentu. Aktivitas atau objek yang menarik minat akan terus dipantau dengan perasaan senang dan memberikan kepuasan. Secara lebih rinci, minat dapat dijelaskan sebagai perasaan sukacita dan ketertarikan

yang timbul terhadap sesuatu tanpa perlu adanya dorongan dari pihak lain. Dengan demikian, minat adalah kecenderungan bawaan dalam diri seseorang untuk merasa tertarik atau menyukai suatu objek atau aktivitas tertentu (Berutu dan Tambunan, 2018:111). Minat juga berpengaruh pada pencapaian hasil, jika hal diminati maka hasil akan baik. Namun jika tidak ada ketertarikan pada suatu kegiatan maka muncul kemalasan dan ketidakpuasan.

Minat memiliki karakteristik berdasarkan Bimo Walgito dalam jurnal Sukarti: (1) timbul rasa positif pada suatu objek, (2) perasaan menyenangkan yang timbul dari objek tersebut, (3) terkandung rasa pengharapan sehingga menimbulkan keinginan yang kuat untuk mendapatkannya (Sukarti, 2020:96).

Berdasarkan pada uraian diatas maka proses dari minat dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Proses Minat



b. Kegiatan keagamaan

Keagamaan memiliki asal kata dari agama, dalam *Encyclopaedia of Buddhism* kata agama berasal dari agam yang artinya datang atau tiba, yang maksudnya mendekat, menemui, sumber, doktrin dan pengetahuan tradisional yang secara khusus merujuk pada kitab suci. Agama diartikan sebagai warisan turun

temurun dari seorang guru berupa sabda, ajaran, aturan dan riwayat (Mukti, 2020:1).

Kata "kegiatan keagamaan" terdiri dari dua kata: "kegiatan" dan "keagamaan." Kegiatan adalah suatu tindakan, usaha, peristiwa atau kejadian yang dilakukan secara terus-menerus oleh seseorang. Umat Buddha melakukan tindakan keagamaan mereka untuk meningkatkan spriritual (batin) dan mengajarkan kebajikan yang luar biasa, yaitu beribadah (Diana dkk, 2021:158).

Kegiatan keagamaan di Wihara meliputi kebaktian rutin, kelas Dharma, latihan meditasi bersama, sekolah minggu Buddha, dan beragam kegiatan yang bertujuan membangun keyakinan dan pengetahuan Dharma atau ajaran Buddha. Wihara merupakan tempat belajar, berlatih dan berbagi bagi umat Buddha (Agus Susilo dkk, 2021:49; Surya dkk., 2020:357).

Dharma merupakan ajaran yang Buddha berikan, selama 45 tahun Buddha berkelana menyebarkan ajaran yang telah beliau temukan dan buktikan kebenarannya. Saat ini, Buddha telah tiada namun ajarannya bisa didapatkan dari pemuka-pemuka agama seperti Bhikkhu/ni dan Pandita. Mendengarkan dan membahas Dharma pada waktunya merupakan berkah mulia (Khp.5).

Dalam ranah agama Buddha, upacara keagamaan memiliki berbagai tujuan, antara lain memuja Tuhan Yang Maha Esa atau Tiga Ratna dan Boddhisatwa, memperkuat keyakinan dan

meneguhkan pernyataan berlindung kepada Tiga Ratna, mengungkapkan tekad untuk mengikuti petunjuk dan jejak Buddha, merenungkan sifat-sifat mulia Tiga Permata, melafalkan khotbah Buddha, mengembangkan cinta kasih, kasih sayang, simpati, dan keseimbangan batin, berdoa dan mengungkapkan harapan, serta bersyukur dan melimpahkan jasa atau berbagi perbuatan baik dengan makhluk lain (Mukti, 2020:95)

Segala upacara keagamaan bukan hanya sekedar puja bakti, penghormatan dan persembahan, namun memiliki tujuan mendorong para praktisi untuk melakukan praktek berbuat baik, sehingga membawa keberkahan dan kebahagiaan bagi diri sendiri maupun semua makhluk.

c. Faktor yang mempengaruhi minat

Kemunculan minat juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu faktor keinginan dari dalam biasanya berhubungan dengan jasmani dan rohani, sebuah rangsangan dari dalam diri sendiri sehingga mudah menimbulkan minat dan keinginan untuk ketertarikan. Kedua faktor sosial, didorong oleh lingkungan sosial sehingga menimbulkan keinginan untuk mendapatkan pengakuan agar diterima dalam lingkungan contohnya agar dapat status yang tinggi diimbangi dengan prestasi tinggi dan yang terakhir faktor emosional yang menentukan intensitas ukuran perhatian ketertarikan pada kegiatan atau objek, membangkitkan perasaan senang sehingga

memiliki semangat yang kuat untuk memunculkan minat pada suatu kegiatan (Sukodoyo dkk, 2018:67).

Minat secara buddhis dapat dibangkitkan sehingga memberikan pengaruh agar terlibat dalam praktik spiritual. Faktor-faktor yang dapat membangkitkan minat ini adalah (1) niat (*cetana*), dengan niat yang baik mengarahkan kepada hal baik hingga munculnya kesadaran. Dalam hal ini bisa membangkitkan niat mau belajar dan mengembangkan diri dalam praktek ajaran Buddha maka akan memunculkan minat yang kuat (*S.II.82*), (2) semangat (*viriya*), semangat untuk memunculkan kualitas-kualitas baik akan mengarahkan minat kuat untuk melakukan suatu kegiatan (*A.I.9*). (3) kesadaran (*sati*), kesadaran tentang diri sendiri, tindakan, dan pikiran adalah faktor lain yang mempengaruhi minat. Dengan kesadaran yang mendalam, seseorang dapat lebih terlibat dalam praktik spiritual. (4) keyakinan (*sadha*), keyakinan pada ajaran Buddha dan kepercayaan pada potensi transformasi diri adalah faktor yang memotivasi minat seseorang, (5) rasa malu (*hiri*), rasa malu terhadap tindakan yang tidak bermoral atau merugikan diri sendiri dan orang lain juga mempengaruhi minat dalam mengikuti ajaran Buddha (Mon, 2015: 74-76).

2. Pemanfaatan Media Sosial

a. Media Sosial

Media sosial merupakan media online tempat masyarakat berinteraksi, berkreasi, berbagi hal-hal dalam bentuk jejaring online seperti blog, forum, wiki dan dunia virtual (Liedfray, Waani, dan Lasut, 2022: 2). Media sosial juga telah menjadi tempat utama di mana orang menerima, mengonsumsi, dan berbagi informasi (Mosleh dan Martel, 2021: 2).

Sebagai platform interaksi sosial di dunia maya, media sosial telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat baik perorangan maupun kelompok dalam berinteraksi. Dan media sosial pada saat ini telah digunakan oleh hampir semua kalangan bahkan oleh anak-anak (Sama dkk, 2023: 64).

Media sosial mengubah beberapa platform media lama seperti majalah, buku, koran, televisi, radio menjadi versi yang baru berupa digital yang dapat diakses secara luas oleh masyarakat (Ahmad dkk, 2020:3). Pertumbuhan media sosial yang pesat ini, membuat perubahan dan dunia baru bagi masyarakat.

Perkembangan media sosial yang pesat ini membuat munculnya berbagai jenis-jenis media yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Beberapa jenis media sosial yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat saat ini antara lain, jejaring sosial untuk membentuk pertemanan, dalam perjalanan banyak terbentuk

pertemanan baru bagi mereka yang memiliki hobi yang sama seperti *facebook*, *instagram*, *tiktok*. Kedua aplikasi ini semakin diperbarui dengan adanya fasilitas percakapan (*chatting*) yang serupa dengan satu aplikasi yaitu *whatsapp*. *Blog* dan *microblogging* yang menyediakan bagi pengguna bisa berbagi kegiatan sehari-hari mereka dalam bentuk cerita dan memberikan ruang komentar dalam bentuk *website*. Media *sharing*, yang saat ini paling populer adalah *youtube*. Kehadiran *youtube* yang dapat menggantikan fungsi televisi yang bisa diakses dimanapun tanpa antena tv (Puspitarini dan Nuraeni, 2019:73).

b. Pemanfaatan Media Sosial

Manfaat dari media sosial banyak dirasakan oleh berbagai pihak dalam berbagai bidang. Dalam dunia usaha atau bisnis, platform media sosial banyak digunakan sebagai media mempromosikan usaha atau barang yang mereka jual (Puspitarini dan Nuraeni, 2019:75; Khiong, 2022:113).

Kemajuan media sosial yang seiring dengan perkembangan teknologi membuat dunia pendidikan juga memanfaatkan peran ini. Dengan memanfaatkan media sosial dalam pembelajaran dapat meningkatkan minat peserta didik dalam mengikuti pelajaran serta menciptakan inovasi baru bagi suasana belajar, selain itu bagi pendidik bisa mendapatkan informasi serta ilmu-ilmu baru sebagai bahan ajar yang lebih kreatif dan inovatif (Gusti, 2020:88-9).

Digitalisasi juga memberikan peran yang besar pada bidang kehumasan. Kegiatan humas yang bersifat analog memberikan kelemahan dalam penyampain informasi yang kurang terjangkau dan tidak tersebar luas. Dengan beralih ke dunia digital melalui media internet, humas dapat mengembangkan sayapnya memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dengan manajemen, menyebarkan strategi-strategi sehingga bisa meningkatkan citra organisasi atau perusahaan, membangun dan menjaga keharmonisan dengan publik sehingga mendapatkan dukungan sesuai dengan fungsi humas yang harus menjaga reputasi dan citra dari perusahaan atau organisasi (Mizanie dan Irwansyah, 2019: 152).

Pemanfaatan media sosial yang paling besar dan meledak pemakaiannya adalah ketika masa pandemi Covid 19. Kondisi tatap muka yang tidak dapat dilakukan, budaya saling berkunjung yang hilang. Hal ini membuat peran media sosial mulai berkibar. Melalui media sosial ini, masyarakat mulai saling berkomunikasi dan berbagi informasi, hampir semua kegiatan beralih ke dunia digital. Komunikasi dilakukan hingga ke seluruh dunia, dan informasi mudah di dapatkan. Selain itu masyarakat juga memanfaatkan media sosial ini untuk mencari hiburan melalu jejaring digital (Rohmah, 2020:5-6).

Pemanfaatan media sosial juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UKM, memberikan kontribusi terhadap

efektivitas biaya, kepuasan pelanggan, dan kinerja pasar. Penggunaan media sosial secara positif juga mempengaruhi inovasi dan branding pada UKM. UKM didorong untuk sepenuhnya mengeksplorasi dan menggunakan berbagai jaringan media sosial yang tersedia dan terjangkau untuk tujuan pemasaran dan jaringan untuk meningkatkan kinerja dan pertumbuhan dengan cepat (Shauri, Magaria, dan Masanyiwa, 2023:661-3). Disini terlihat bahwa media sosial dapat meningkatkan kreativitas, inovasi dan efektivitas serta kinerja.

Manfaat dari media sosial sangat terasa hampir pada semua bidang kehidupan (Coelho dkk., 2017:150). Namun manfaat terbesar yang menyangkut semua peran media sosial pada bidang-bidang kehidupan ini adalah informasi dan komunikasi yang menjadi dasar dari manusia berinteraksi, pada saat ini hampir semua rumah ibadah telah memanfaatkan media sosial dalam penyebaran informasi kegiatan keagamaan. Penyebaran ajaran agama disosialisasikan lewat media sosial dalam bentuk artikel-artikel, video dan konten-konten (Gusti, 2020:89).

Sebagai umat perumah tangga dalam agama Buddha, ada lima moralitas (*sila*) yang menjadi pedoman bagi perumah tangga dalam menjalankan kehidupan rumah tangga. Dalam pemanfaatan media sosial, sebagai umat perumah tangga hendaknya juga berpedoman pada moralitas ini. Menyampaikan informasi

dengan benar, tidak membuat dan menyebarkan berita bohong (*S.II.70*). Informasi yang disampaikan harus berdasarkan pada kebenaran dan membawa manfaat bagi penerima (*M.I.379*).

Penyebaran informasi di media sosial agar informasi tersebut tidak menimbulkan konflik maka perlu diperhatikan etika sebelum penyebaran yaitu (1) menggunakan bahasa yang baik, (2) isi informasi tidak terkandung pornografi, sara dan kekerasan, (3) informasi yang dibagikan sesuai fakta, (4) menghargai karya orang lain, (5) khusus untuk informasi pribadi berikan dengan sewajarnya (Sama dkk, 2023). Penyebaran informasi yang benar dan baik akan mendatangkan kebaikan bagi penerima dan diri sendiri (*M.I.415-9*).

c. Dampak dari media sosial

Pemanfaatan media sosial yang beragam, selain memberikan manfaat juga terdapat dampak yang negatif maupun positif dalam kehidupan. Dampak negatif dari media sosial: (1) kurang pergaulan dan menjadi pendiam, dikarenakan melalui media sosial interaksi yang terjadi tidak tatap muka sehingga ketika bertemu cenderung susah bersosialisasi dan pendiam. (2) Egois hanya mementingkan diri sendiri, karena terlalu menfokuskan waktu dengan dunia internet mereka menjadi tidak peduli pada lingkungan. (3) kinerja yang berkurang, dikarenakan sebagian waktu telah dihabiskan untuk memainkan media sosial sehingga waktu bekerja atau belajar jadi berkurang. (4) Maraknya kejahatan dalam dunia maya atau dikenal

dengan *cyber crime*, kejahatan cara baru melalui perkembangan teknologi, penipuan. (5) pornografi, kebebasan mengakses hal apapun di media sosial memberikan peluang membuka halaman pornografi, dan terkadang hal-hal privasi disebarkan melalui media sosial (Fronika, 2019:8).

Dampak positif dari media sosial adalah (1) mempermudah menjalin silaturahmi dengan anggota keluarga yang jauh, (2) sumber pengetahuan, kemudahan mengakses pengetahuan atau sumber ilmu yang baru, (3) memudahkan penyebaran informasi, informasi dapat disebarkan secara cepat dan luas, (4) memperluas jaringan pertemanan, jaringan internet yang luas membuat kita dapat memperluas pertemanan bahkan dengan yang belum dikenal, (5) menambah ketrampilan, melalui media sosial bisa mengakses berbagai ketrampilan, (6) media komunikasi, komunikasi dapat terjalin luas hingga dunia, (7) media sosial sebagai sarana promosi. Saat ini media sosial banyak dimanfaatkan sebagai media promosi bagi pedagang (Fronika, 2019:8).

Media sosial memberikan manfaat yang besar dalam kehidupan, namun hendaknya sebagai umat Buddha harus bijak dalam penggunaan, tidak menjadikan ini sebagai kesenangan indrawi (*Dh.12-4*). Hendaknya siswa Buddha tidak mencari kebahagiaan dalam indrawi, namun bahagia dalam lenyapnya nafsu keinginan (*Dh. 186-7*).

d. Pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat

mengikuti kegiatan keagamaan

Pemanfaatan media sosial memberikan pengaruh pada minat kegiatan keagamaan. Informasi keagamaan diakses melalui fitur-fitur media sosial dan memberikan pengaruh perubahan pada perilaku keseharian para remaja sehingga dalam keseharian perilaku mereka mencerminkan nilai-nilai agama, patuh dan hormat pada orang tua, peduli kepada sesama, serta muncul semangat dan motivasi dalam melakukan kegiatan-kegiatan keagamaan (Ferlitasari dkk, 2020:14).

Media sosial memberikan dampak positif dan negatif bagi pengguna, namun untuk mencegah dampak negatif, pengguna harus bijak dalam menggunakan media sosial. Melalui pendekatan agama memberikan pengaruh pemanfaatan media sosial yang digunakan mengakses hal-hal baik, mampu mengontrol diri, belajar dan memperluas pengetahuan, sehingga dapat mendorong minat untuk lebih peduli pada kegiatan keagamaan (Desrianti, 2021:52).

Media sosial juga memberikan pengaruh negatif pada kegiatan keagamaan, terlalu asik dalam menggunakan media sosial membuat pengguna lupa waktu dan menjadi malas untuk bergerak. Berbagai aktivitas tidak dilakukan hingga tidak ada niat dan minat untuk mengikuti kegiatan keagamaan (Maria, 2021:53).

Pemanfaatan media sosial dapat memberikan pengaruh positif dan negatif, jika dimanfaatkan dengan baik dan benar akan membawa pengaruh motivasi dan semangat untuk aktif dalam mengikuti kegiatan keagamaan.

3. Komunikasi Intepersonal

a. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang yang melalui beberapa tahap interaksi dan relasi, mulai dari tingkat akrab hingga perpisahan yang terjadi berulang-ulang (Arifina, 2020:8).

Dalam ranah kelompok dan organisasi, lensa interpersonal mengungkap kehadiran pasangan sebagai entitas kolektif. Komunikasi diadik, yang melibatkan dua individu, merupakan komponen integral dari komunikasi interpersonal dalam konteks dinamika kelompok dan organisasi yang lebih luas. Tanpa adanya landasan komunikasi diadik maka hubungan tidak dapat terbentuk sehingga pada akhirnya menghambat perkembangan komunikasi antarpribadi. (Arifina,2020:8)

Proses komunikasi antarpribadi ditandai dengan adanya pertukaran informasi timbal balik antara dua individu. Hubungan timbal balik ini memastikan bahwa pesan diterima secara akurat oleh komunikator dan dapat ditanggapi dengan tepat. Siklus penerimaan

dan tanggapan ini berlanjut hingga kedua belah pihak berperan sebagai komunikan dan komunikator (Hidayati, 2020:88)

b. Tujuan Komunikasi Intepersonal

Populasi manusia yang terus berkembang menyebabkan timbulnya suatu kelompok. Dari kelompok-kelompok ini terbentuklah suatu jaringan, agar jaringan ini dapat terkoneksi maka terbentuklah komunikasi (Fuhse & Gondal, 2024:44) Komunikasi yang paling sering terjadi adalah komunikasi interpersonal. Untuk itu perlu diketahui tujuan dari komunikasi interpersonal ini.

Tujuan dari komunikasi interpesonal ini diungkapkan Afrilia (2020:22) ada empat yaitu: (1) Agar orang lain memahami apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh kita sehingga kita harus bisa mengkomunikasikan secara verbal dan nonverbal kepada orang lain dengan baik, (2) kita tidak hanya dituntut agar orang mengerti apa yang disampaikan, namun kita juga harus mau memahami apa yang disampaikan orang lain kepada kita, (3) untuk menjalin hubungan sosial dengan kelompok atau individu sehingga pikiran dan perasaan kita mudah diterima, (4) tujuan keempat ini merupakan tujuan terpenting dalam komunikasi interpersonal, dimana antara satu individu dengan individu mendapatkan solusi akhir dari komunikasi ini.

Komunikasi interpersonal tidak hanya sebatas komunikasi, tujuan lain dalam komunikasi ini juga diperlukan terutama dalam

presentasi, memberikan penjelasan sehingga mudah dipahami dan dimengerti oleh pihak lawan. Cara berkomunikasi yang efektif dan efisien dapat memberikan nilai lebih sehingga meningkatkan daya jual bagi yang menyampaikan (Feezel, 2018:27;Brinderjeet, 2020:19)

Tujuan penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal dalam penyampaian informasi kepada umat dapat tersampaikan dengan baik. Sebagai komunikan dapat menyampaikan pesan dengan baik kepada komunikator dan sebaliknya, sehingga inti dari pesan yang dapat dipahami antara kedua belah pihak agar terjalin hubungan dan interaksi yang baik, serta tidak terjadi kesalahpahaman. Akan semakin baik komunikasi ini dapat membangkitkan motivasi.

c. Komunikasi Interpersonal Buddha

Komunikasi berfungsi sebagai instrumen penting untuk mengekspresikan keinginan dan berinteraksi dengan orang lain. Pentingnya komunikasi dalam keterlibatan sosial disorot dalam ajaran agama Buddha. Ini menekankan perlunya hidup berdampingan, berinteraksi, dan terlibat dengan lingkungan sekitar dalam upaya memahami Dhamma dan mencapai kebahagiaan. Ajaran Buddha menekankan saling ketergantungan individu, baik mereka berkeluarga atau tidak, dalam perjalanan mereka menuju

pemahaman Dhamma sejati, menemukan kedamaian batin, dan mencapai kebahagiaan yang diinginkan (*It, III*).

Berbagai bentuk komunikasi antarpribadi dapat terjadi, baik itu interaksi tatap muka atau melalui berbagai media yang dirancang khusus untuk komunikasi antarpribadi. Di era Buddha Gautama, ada contoh di mana Beliau mengungkapkan pentingnya menciptakan kebahagiaan bagi siswa melalui cinta, dengan menyatakan, "Cunda, sebagai seorang guru, sangat penting untuk menumbuhkan kegembiraan di antara siswa melalui cinta. Ini adalah pendekatan saya, didorong oleh rasa sayangku padamu." Buddha memandang komunikasi sebagai komponen penting dalam melatih ucapan yang benar, yang dikenal sebagai *samma vacca* (*M.I.46*).

Praktik agama Buddha mencakup berbagai metode komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan ajaran Dhamma. Tujuan utama di balik penyebaran Dhamma adalah untuk memberikan dampak positif pada individu, mengubah sudut pandang mereka, dan idealnya membawa perubahan dalam tindakan mereka. Pendekatan Sang Buddha terhadap komunikasi selalu berkisar pada landasan kebenaran, dengan tujuan akhir mencapai kebahagiaan (*sukha*) (Tansel dkk, 2022:100).

Prinsip ini dijelaskan oleh Sang Buddha sendiri dalam Upali Sutta, saat Beliau memulai percakapan dengan perumah tangga Upali, dengan menyatakan, "Jika Anda ingin terlibat dalam diskusi

berdasarkan kebenaran, kita dapat melanjutkan. Setelah berbincang dengan Sang Buddha mengenai ajarannya, Upali mengungkapkan kekagumannya atas kejelasan dan beragam penjelasan yang diberikan oleh Guru Gotama. Upali menyamakan hal ini dengan proses memperbaiki kebingungan, mengungkapkan pengetahuan yang tersembunyi, dan membimbing mereka yang pernah tersesat (*M.I.379*).

Untuk mencapai kesejahteraan sosial dalam masyarakat, sangatlah penting untuk mengakui dan mematuhi empat tingkat penting yang menyelaraskan komunikasi antarpribadi dengan prinsip-prinsip ajaran Buddha. Tingkatan tersebut meliputi: (1) tulus, yaitu penggunaan kata-kata yang tepat dan menyentuh hati; (2) hormat, meliputi penggunaan bahasa yang lembut dan sopan, tanpa pikiran negatif, dengan tetap penuh perhatian; (3) bantuan, yaitu memberikan ceramah bermanfaat yang membantu pendengarnya, khususnya dalam pertumbuhan spiritualnya; dan (4) keharmonisan, dimana perkataan yang diucapkan menumbuhkan perdamaian dan persatuan, mendorong sikap saling mendukung berdasarkan kebenaran dan kebutuhan individu (*S.I.188-9*).

Konsep Samma vacca yang dikenal juga dengan ucapan yang benar merupakan kompas yang dapat diandalkan dan landasan dalam membina persatuan antar masyarakat. Sejalan dengan ajaran Buddha, ucapan yang benar ditandai dengan kepatuhannya pada Dhamma,

kemampuannya untuk menumbuhkan harmoni, kasih sayang, dan makna. Praktik ini tidak hanya menguntungkan pembicara tetapi juga memperluas pengaruh positifnya kepada pendengar, yang pada akhirnya membina hubungan yang lebih sehat dalam masyarakat. Meskipun demikian, meskipun memiliki nilai yang melekat, penerapan praktis dari prinsip-prinsip ini sering kali menemui hambatan, terutama yang berasal dari faktor eksternal seperti pengaruh yang diberikan oleh pihak lain dalam lingkungan sosial. Namun, mengingat sifat kita sebagai makhluk sosial yang bergantung pada komunikasi verbal, sangatlah penting bagi individu untuk mengembangkan keterampilan komunikasi efektif yang selaras dengan prinsip-prinsip ini..(Suyatno dkk, 2022:50).

Menurut Cakkavati-Sāhanadā Sutta, sebuah biara membutuhkan seorang pemimpin yang mewujudkan ajaran Buddha dengan mengedepankan cinta kasih, keadilan, dan tanpa kekerasan. Buddha sendiri mencontohkan sifat-sifat tersebut sebagai seorang pemimpin ketika ia berhasil menengahi konflik antara suku Sakya dan Koliya. Pendekatannya dalam menyelesaikan perselisihan selalu menekankan metode damai dan komunikasi yang efektif, tanpa adanya agresi. (*Dh. 199-201*).

Pemimpin buddhis harus menerapkan nilai-nilai luhur Buddha, terutama ketika mereka melayani umat. Orang-orang pergi ke Wihara untuk mendapatkan bimbingan, belajar tentang Dharma,

dan mempraktekannya. Kesalahan pemimpin tidak boleh menghentikan keinginan baik masyarakat. Salah satu faktor yang mendorong orang untuk aktif mengunjungi Wihara adalah komunikasi pemimpin dengan orang lain (Susilo Agus, 2021:51).

Penilaian jemaah terlihat dari tingkat kepuasan mereka. Jika berkenan, mereka secara kolektif akan berkontribusi bagi kemajuan Wihara. Sebaliknya jika kepuasan mereka tidak terpenuhi maka mereka akan menampilkan watak negatif. Kemajuan Wihara terkait erat dengan peran penting Pandita, seorang pemimpin Budha yang dihormati yang bertanggung jawab untuk melakukan upacara keagamaan dan memberikan dukungan sosial kepada komunitas Budha. Melalui ceramah-ceramah yang mencerahkan, Pandita menyebarkan ajaran Buddha, memupuk persatuan antar umat beragama, dan mendorong hubungan harmonis antara kelompok agama dan pemerintah (Budi Utomo, 2020:61)

Pandita sebagai sosok yang dihormati dalam komunitas Buddhis, berfungsi sebagai sumber inspirasi dan bimbingan. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan secara matang etika komunikasi seorang pandita. Perilaku etis dan citra seorang pandit memegang peranan penting dalam upaya meningkatkan standar moral individu. Diharapkan bahwa seorang pandita tidak hanya menyampaikan ajaran Dhamma tetapi juga terlibat dalam diskusi yang bermakna, menunjukkan sikap dan perilaku yang baik,

menawarkan bantuan dalam menyelesaikan masalah masyarakat, dan memberikan bimbingan yang efektif.(Sugandi dkk 2019:119; Bellutta & Carley, 2024:2)

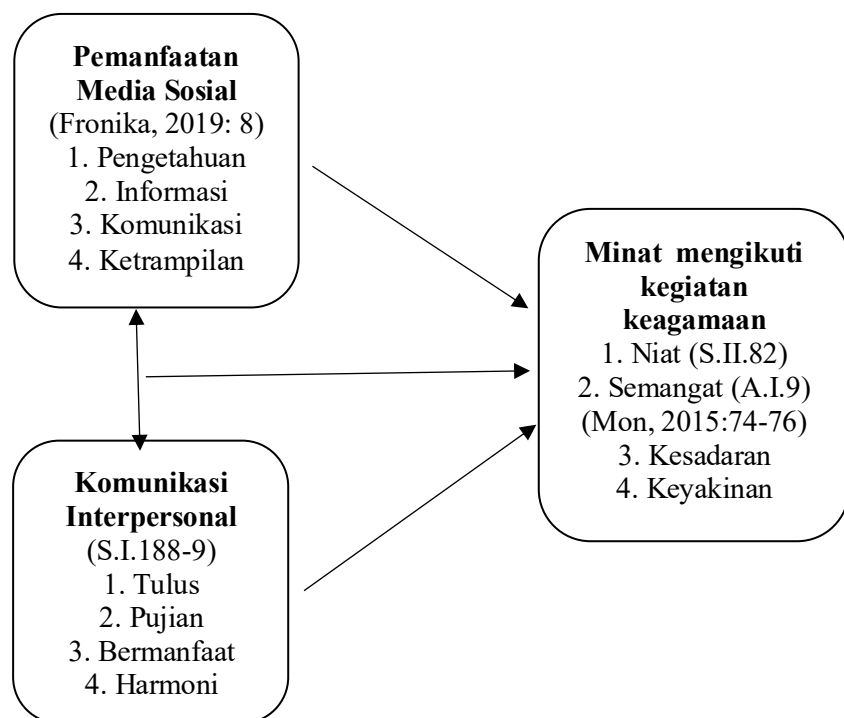
d. Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Minat mengikuti kegiatan keagamaan

Manusia selalu berinteraksi dalam keseharian dengan berkomunikasi, komunikasi disampaikan untuk mengungkapkan maksud dan tujuan yang ingin diungkapkan kepada orang lain (Lamirin, 2020:10). Namun dalam penggunaan tutur kata ini, tentunya harus bisa disampaikan dengan baik, tanpa melukai perasaan orang lain, memberikan pemahaman dan hal yang diutarakan bisa dipahami (Suyatno, 2022:50; Burt & Reagans, 2022:376). Selain itu, komunikasi yang efektif dapat memberikan kontribusi yang baik bagi kedua pihak yang terlibat dalam komunikasi dan akan tercipta lingkungan yang rukun dan damai (Budiyanto dkk., 2024:47; Sevtsuk dkk., 2022:296). Hal-hal ini merupakan konteks dari komunikasi interpersonal yang baik pada kajian-kajian telah dibahas, melihat hal ini maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh pada minat setiap individu dalam pengambilan keputusan untuk mencapai kebutuhannya, begitu pula dalam keputusan minat individu dalam mengikuti kegiatan.

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan uraian kerangka teoritis di atas, maka peneliti merumuskan secara teoritis bahwa pemanfaatan media sosial mempengaruhi minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan. Komunikasi interpersonal berpengaruh pada minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan. Dan pemanfaatan media sosial dan komunikasi interpersonal mempengaruhi minat umat untuk mengikuti kegiatan keagamaan di Wihara.

Gambar 2.2
Kerangka Berpikir



D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. H1 : Terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat mengikuti kegiatan keagamaan
2. H2 : Terdapat pengaruh komunikasi interpersonal terhadap minat mengikuti kegiatan keagamaan
3. H3 : Terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial dan komunikasi interpersonal terhadap minat mengikuti kegiatan keagamaan