

## Efek Media Sosial Konten Keagamaan Terhadap Pemahaman Pelajaran Agama Islam ; Studi Siswa SMKN Gudo Jombang

Qurrotu Aina Al Arafat<sup>1</sup>, Zaimuddin W. As'ad,<sup>2</sup> Moh. Makmun<sup>3</sup>  
Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum (Unipdu) Jombang<sup>1,2,3</sup>

\*Email

[baymaxbigheroes@gmail.com](mailto:baymaxbigheroes@gmail.com), [zaimuddinasad@gmail.com](mailto:zaimuddinasad@gmail.com), [makmun@fai.unipdu.ac.id](mailto:makmun@fai.unipdu.ac.id)

### Sejarah Artikel:

Diterima 05-08-2025  
Disetujui 12-08-2025  
Diterbitkan 14-08-2025

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of social media use with religious content on students' understanding of Islamic religious studies at Gudo State Vocational School. The method used was quantitative with a correlational approach. The sample in this study consisted of 24 11th-grade students selected using purposive sampling. Data collection used a Likert-scale questionnaire. The analysis results indicate a significant relationship between the use of social media with religious content and students' understanding of Islamic religious studies. This is evidenced by a correlation coefficient of 0.578 with a significance level of 0.003 (<0.05), indicating a moderate and significant correlation. This study concludes that social media has a positive contribution to students' understanding of religion when used appropriately.*

**Keywords:** Social Media, Religious Content, Understanding of Islam

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial konten keagamaan terhadap pemahaman pelajaran Agama Islam pada siswa SMK Negeri Gudo. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 24 siswa kelas XI yang dipilih secara purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan angket skala Likert. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial konten keagamaan dengan pemahaman pelajaran Agama Islam. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,578 dengan signifikansi 0,003 (< 0,05), yang menunjukkan korelasi sedang dan signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memiliki kontribusi positif terhadap pemahaman agama siswa apabila digunakan secara tepat.

**Kata kunci:** Media Sosial, Konten Keagamaan, Pemahaman Agama Islam

### Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Qurrotu Aina Al Arafat, Zaimuddin W. As'ad, & Moh. Makmun. (2025). Efek Media Sosial Konten Keagamaan Terhadap Pemahaman Pelajaran Agama Islam ; Studi Siswa SMKN Gudo Jombang. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(5), 3144-3154. <https://doi.org/10.63822/ejgpp187>

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan dan keagamaan. Media sosial seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan TikTok telah menjadi media utama dalam mengakses informasi, terutama di kalangan generasi muda. Siswa sekolah menengah, khususnya di SMK Negeri Gudo, merupakan bagian dari generasi digital native yang sangat aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu jenis konten yang banyak dikonsumsi oleh remaja saat ini adalah konten keagamaan. Konten ini hadir dalam berbagai bentuk, mulai dari ceramah singkat, kutipan ayat al-Qur'an dan hadits, hingga video dakwah interaktif yang dikemas dengan menarik. Penggunaan media sosial terbukti memiliki dampak positif terhadap pemahaman agama remaja jika dikemas dengan bahasa yang relevan dan mudah dipahami.

Namun, seiring dengan peluang tersebut, muncul pula tantangan. Tidak semua konten keagamaan yang beredar di media sosial memiliki dasar keilmuan yang kuat. Banyak informasi yang bersifat hoaks atau menyimpang dari ajaran Islam yang autentik, dan ini menjadi ancaman serius terhadap pemahaman agama yang benar di kalangan siswa. Dalam Penelitian yang dilakukan Fitria adalah menekankan bahwa rendahnya literasi digital siswa menyebabkan mereka sulit membedakan mana informasi yang benar dan mana yang menyesatkan, terutama dalam hal keagamaan.

Berdasarkan hasil wawancara terdapat suatu permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu Masih terdapat siswa yang lebih tertarik mencari informasi keagamaan melalui media sosial daripada mempelajarinya secara langsung di sekolah; banyaknya konten keagamaan di media sosial tidak semuanya bersumber dari referensi yang benar dan terpercaya, sehingga dapat memengaruhi pemahaman siswa secara keliru; terdapat kesenjangan antara pemanfaatan media sosial sebagai sarana hiburan dengan fungsinya sebagai media edukasi, khususnya dalam bidang Pendidikan Agama Islam; Kurangnya kontrol dan bimbingan dari guru maupun orang tua terhadap jenis konten keagamaan yang diakses oleh siswa melalui media sosial; dan belum diketahui sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial konten keagamaan terhadap pemahaman pelajaran Agama Islam di kalangan siswa SMK Negeri Gudo.

Fenomena ini menjadi semakin relevan jika dikaitkan dengan pesan Al-Qur'an. Surah Al-Ahzab ayat 70,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Allah SWT berfirman: "Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar." (QS. Al-Ahzab: 70). Ayat ini mengajarkan pentingnya berkata benar, termasuk dalam menyampaikan dan menyebarkan informasi di media sosial.

Surah An-Nur ayat 11,

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ

Yang Artinya : "Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah kelompok di antara kamu (juga). Janganlah kamu mengira bahwa peristiwa itu buruk bagimu, sebaliknya itu baik bagimu.

Setiap orang dari mereka akan mendapat balasan dari dosa yang diperbuatnya. Adapun orang yang mengambil peran besar di antara mereka, dia mendapat azab yang sangat berat". Allah mengingatkan bahwa penyebaran berita bohong merupakan dosa besar, menekankan urgensi literasi digital yang etis.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Safitri dan Widyastuti yang sama - sama di tahun 2021 juga menunjukkan bahwa meskipun media sosial memberikan ruang positif untuk menyampaikan dakwah, namun efeknya sangat bergantung pada cara pengguna memfilter dan memahami informasi yang diterima. Oleh karena itu, menjadi penting untuk mengetahui apakah penggunaan media sosial dengan konten keagamaan mampu meningkatkan pemahaman pelajaran agama Islam secara signifikan di kalangan siswa SMK.

### **Problem Akademik**

Dalam konteks pembelajaran di sekolah, guru agama Islam telah berupaya mengintegrasikan media sosial dalam proses pendidikan. Di SMK Negeri Gudo, misalnya, guru menggunakan media video Sirah Nabawiyah untuk menjelaskan sejarah Nabi Muhammad. Akan tetapi, belum banyak kajian empiris yang meneliti secara langsung sejauh mana penggunaan media sosial konten keagamaan berkontribusi terhadap pemahaman pelajaran agama Islam siswa secara sistematis dan terukur.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi, dan menciptakan konten secara online. Menurut Van Dijk, media sosial merupakan media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna dan memfasilitasi mereka dalam beraktivitas serta berkolaborasi. Media sosial mencakup berbagai bentuk komunikasi yang tidak hanya terbatas pada teks, tetapi juga gambar, video, dan audio. Dengan kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas, media sosial telah menjadi alat penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, pemasaran, dan interaksi sosial.

Sejak kemunculannya, media sosial telah berkembang pesat. Awalnya, platform seperti Facebook dan Twitter menjadi pionir dalam mengubah cara orang berkomunikasi. Kini, dengan hadirnya aplikasi seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp, interaksi sosial semakin bervariasi. Media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga tetapi juga untuk membangun jaringan profesional dan komunitas berdasarkan minat yang sama. Dengan lebih dari 4 miliar pengguna di seluruh dunia, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari.

### **Fungsi Media Sosial dalam Komunikasi**

Media sosial memiliki beberapa fungsi utama dalam komunikasi. Pertama, ia berfungsi sebagai sarana untuk berbagi informasi secara cepat dan efisien. Pengguna dapat dengan mudah menyebarkan berita atau informasi penting kepada banyak orang hanya dengan satu klik. Kedua, media sosial memungkinkan interaksi dua arah antara pengguna. Hal ini menciptakan ruang bagi diskusi dan kolaborasi yang sebelumnya sulit dilakukan dalam format komunikasi tradisional. Ketiga, media sosial juga berfungsi sebagai platform untuk membangun identitas pribadi atau merek melalui konten yang dibagikan.

Media sosial memberikan banyak manfaat positif. Dalam konteks pendidikan, misalnya, platform ini memungkinkan siswa untuk mengakses sumber belajar yang beragam dan terhubung dengan pengajar serta teman sekelas secara lebih mudah. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat

meningkatkan keterlibatan siswa dalam proses belajar. Selain itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif bagi bisnis kecil untuk menjangkau pelanggan baru tanpa biaya tinggi.

Meskipun memiliki banyak manfaat, penggunaan media sosial juga menghadapi tantangan serius. Salah satunya adalah masalah privasi dan keamanan data. Banyak pengguna tidak menyadari risiko yang terkait dengan berbagi informasi pribadi di platform publik. Selain itu, penyebaran informasi palsu atau hoaks di media sosial dapat menyebabkan kebingungan dan misinformasi di masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk memiliki pemahaman yang baik tentang cara menggunakan media sosial dengan bijak.

Konten keagamaan merujuk pada berbagai bentuk informasi, materi, dan praktik yang berkaitan dengan ajaran agama. Dalam konteks digital, konten ini mencakup artikel, video, podcast, gambar, dan berbagai format lainnya yang disebarluaskan melalui platform media sosial dan situs web. Konten keagamaan bertujuan untuk mendidik, menginspirasi, dan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran agama kepada umat. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, konten keagamaan kini dapat diakses dengan lebih mudah oleh masyarakat luas, terutama generasi muda yang akrab dengan dunia digital.

Fenomena agama digital atau cyber religion telah muncul seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan media sosial. Agama digital mencakup praktik keagamaan yang dilakukan melalui media digital seperti aplikasi mobile, situs web, dan platform media sosial. Di Indonesia, negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, fenomena ini semakin relevan. Berbagai pemuka agama dan influencer kini memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan ajaran Islam dan berinteraksi dengan umatnya. Menurut data dari We Are Social dan Hootsuite pada Januari 2023, sekitar 64% responden aktif di internet mengaku pernah mengakses konten keagamaan melalui media sosial.

Konten keagamaan di media sosial memiliki banyak manfaat. Pertama, aksesibilitas informasi agama menjadi lebih luas dan inklusif. Umat yang tinggal di daerah terpencil atau memiliki keterbatasan fisik kini dapat mengikuti ceramah dan kajian agama secara online. Kedua, agama digital memungkinkan adanya interaksi langsung antara pemuka agama dan umat, yang sering kali sulit dilakukan dalam setting offline. Hal ini menciptakan ruang diskusi di mana umat dapat mengajukan pertanyaan dan menerima jawaban secara instan. Selain itu, konten keagamaan juga dapat meningkatkan minat generasi muda dalam mempelajari agama melalui cara yang lebih menarik dan relevan.

Meskipun banyak manfaat yang ditawarkan oleh konten keagamaan di media sosial, terdapat tantangan serius terkait penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks. Karena sifat internet yang terbuka, siapa saja bisa mempublikasikan konten keagamaan tanpa melalui proses verifikasi yang memadai. Hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman di kalangan umat Muslim mengenai ajaran Islam. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk memiliki literasi digital yang baik agar dapat menyaring informasi yang diterima.

Influencer di media sosial memiliki peran penting dalam penyebaran konten keagamaan. Mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih menarik dan interaktif dibandingkan metode tradisional. Namun, tanggung jawab besar juga ada pada mereka untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan adalah akurat dan bermanfaat bagi pengikutnya. Pengaruh positif dari influencer dapat membantu memperkuat pemahaman agama di kalangan remaja jika mereka menyebarkan pesan-pesan yang sesuai dengan ajaran Islam.

Pemahaman pelajaran Agama Islam di kalangan siswa sangat penting untuk membentuk karakter dan kepribadian yang sesuai dengan ajaran Islam. Pendidikan agama tidak hanya berfungsi sebagai transfer

pengetahuan, tetapi juga sebagai pembentukan nilai-nilai moral dan etika yang akan memandu perilaku siswa dalam kehidupan sehari-hari.

Pendidikan Agama Islam (PAI) bertujuan untuk menanamkan nilai-nilai agama kepada siswa, sehingga mereka dapat memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Syahidin, tujuan PAI adalah untuk membentuk manusia yang takwa, yaitu individu yang patuh kepada Allah dan memiliki akhlak yang baik. Hal ini sejalan dengan ajaran pertama dalam Islam yang menekankan pentingnya pendidikan, seperti yang dicontohkan ketika Jibril menyuruh Nabi Muhammad untuk membaca.

Akidah merupakan landasan utama dalam pendidikan agama. Pemahaman tentang keesaan Tuhan (tauhid) menjadi inti dari ajaran Islam yang harus dipahami oleh siswa. Dalam konteks ini, akidah bukan hanya sekadar keyakinan, tetapi juga ikatan moral antara individu dengan Tuhan dan sesama manusia. Dengan memahami akidah, siswa diharapkan dapat membangun sikap dan perilaku yang baik serta menjauhi hal-hal yang dapat merusak keimanan mereka.

Islam mengajarkan keseimbangan antara ibadah dan muamalah (interaksi sosial). Pendidikan Agama Islam tidak hanya fokus pada aspek ritual, tetapi juga pada aspek sosial. Ini berarti bahwa siswa diajarkan untuk berperilaku baik tidak hanya dalam konteks ibadah tetapi juga dalam interaksi dengan orang lain. Kuntowijoyo menyatakan bahwa ilmu sosial yang bernuansa Islam harus mampu menjelaskan fenomena sosial sekaligus memberikan solusi bagi permasalahan tersebut.

### **Metodologi Pengajaran PAI**

Metodologi pengajaran PAI harus sesuai dengan karakteristik ajaran Islam yang bersifat robbaniyyah (berasal dari Allah) dan insaniyyah (ditujukan untuk manusia). Pengajaran harus dilakukan dengan cara yang mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan siswa sehari-hari. Hal ini penting agar siswa tidak hanya menghafal materi, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kehidupan nyata.

Salah satu tantangan utama dalam pemahaman pelajaran Agama Islam adalah adanya pengaruh dari lingkungan sosial dan budaya yang berbeda. Siswa seringkali terpapar pada berbagai ideologi dan nilai-nilai yang bertentangan dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, penting bagi pendidik untuk memberikan pemahaman yang kuat tentang ajaran agama agar siswa dapat mempertahankan keyakinan mereka di tengah arus globalisasi.

Penggunaan media sosial yang semakin meluas di kalangan siswa telah membawa dampak signifikan terhadap pemahaman mereka terhadap pelajaran agama Islam. Media sosial tidak hanya menjadi platform untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi keagamaan yang mempengaruhi cara siswa belajar dan memahami ajaran Islam.

Media sosial memberikan akses yang mudah dan cepat terhadap berbagai informasi keagamaan. Siswa dapat menemukan konten keagamaan dalam bentuk video, artikel, dan diskusi yang menarik. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan siswa untuk memperluas wawasan mereka tentang ajaran Islam, sehingga meningkatkan pemahaman mereka terhadap pelajaran agama. Konten yang disajikan secara visual dan interaktif membuat materi pelajaran lebih menarik dan mudah dipahami oleh siswa.

Influencer dan tokoh agama di media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang relevan bagi generasi muda. Konten yang mereka buat sering kali disajikan dengan cara yang modern dan menarik, sehingga lebih mudah diterima oleh siswa. Namun, penting bagi siswa untuk tetap kritis terhadap informasi

yang disampaikan oleh influencer, mengingat tidak semua konten memiliki dasar yang kuat atau sesuai dengan ajaran Islam.

Meskipun media sosial menawarkan banyak manfaat, tantangan utama adalah penyebaran informasi yang salah atau hoaks. Banyak konten di media sosial tidak diverifikasi dan dapat menyebabkan kebingungan dalam pemahaman agama siswa. Penelitian menunjukkan bahwa penyebaran informasi yang tidak akurat dapat merusak pemahaman siswa tentang ajaran Islam. Oleh karena itu, penting bagi siswa untuk dilatih dalam literasi digital agar dapat membedakan antara informasi yang valid dan tidak valid.

Dampak negatif dari penggunaan media sosial juga perlu diperhatikan. Konten-konten provokatif atau kontroversial dapat menimbulkan perpecahan antar kelompok agama atau menimbulkan intoleransi. Selain itu, ketergantungan pada media sosial sebagai sumber utama informasi keagamaan dapat mengurangi interaksi langsung dengan pemuka agama dan komunitas lokal, yang penting untuk pembelajaran agama secara mendalam.

## **METODE PENELITIAN**

Adapun jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah kuantitatif yang di dalamnya memuat data serta informasi dalam bentuk angka atau numerik dengan menggunakan statistik SPSS 18

Populasi dalam penelitian ini yang diberikan oleh tempat penelitian adalah 4 Kelas yaitu siswa kelas XI jurusan Perbankan, Multimedia dan Tata Busana yang ada di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri Gudo pada tahun ajaran 2024/2025. Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak sekolah, jumlah total siswa kelas XI adalah 122 siswa, pemilihan siswa kelas XI sebagai populasi dilakukan karena mereka telah mendapatkan materi Pendidikan Agama Islam secara menyeluruh selama satu tahun ajaran dan termasuk dalam kelompok usia yang aktif menggunakan media sosial.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dianggap mampu mewakili keseluruhan karakteristik populasi. Pemilihan sampel yang tepat sangat penting agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara valid

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling (sampel acak), yaitu metode yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai responden. Teknik ini dipilih agar tidak terjadi bias dalam pengambilan data, dan agar sampel benar-benar mencerminkan karakteristik populasi secara proporsional. Untuk menentukan jumlah sampel yang tepat, peneliti menggunakan pernyataan dari Suharsimi Arikunto berpendapat “ Apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Namun jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil antara 10–15% atau 20–25% atau lebih tergantung dari minimal tidaknya kemampuan peneliti.” Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 24 siswa, dengan hasil perhitungannya yaitu  $122 \times 25\%$  dari Kelas XI yang diberikan oleh Pihak sekolah adalah 4 Kelas

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data menggunakan metode, Kuesioner offline yang berisi pertanyaan tertutup dan terbuka untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai pemahaman pelajaran agama Islam dan penggunaan media sosial. Menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat pemahaman. Melakukan wawancara dengan siswa dan guru untuk mendapatkan perspektif lebih dalam mengenai pengaruh media sosial terhadap pemahaman agama. Observasi langsung terhadap interaksi siswa dengan konten keagamaan di media sosial serta bagaimana mereka mengaitkannya dengan pembelajaran di kelas.

Pada penelitian ini menggunakan instrumen yang disusun dalam bentuk kuesioner atau angket menggunakan Skala Likert dalam mengumpulkan data kuantitatif. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena di masyarakat. Dengan menggunakan skala likert 4 pilihan dapat lebih mempertegas hasil yang diperoleh dan membuat responden untuk lebih tegas dalam memilih jawaban mereka.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dibagi kedalam beberapa tahap. Uji Instrumen, Instrumen yang digunakan dalam penelitian harus valid dan reliabel. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan reliabel yakni instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama maka akan menghasilkan data yang sama juga. Uji Prasyarat, Dalam penelitian ini terdapat uji prasyarat yang terdiri dari uji normalitas, uji homogenitas, dan uji linier data.

## HASIL PENELITIAN

Berikut adalah analisis hubungan antara variabel X (Penggunaan Media Sosial Konten Keagamaan) dan variabel Y (Pemahaman Pelajaran Agama Islam) berdasarkan data penelitian pada siswa SMK Negeri Gudo. Uji Korelasi Pearson, berdasarkan analisis terhadap data penggunaan media sosial konten keagamaan (X) dan pemahaman pelajaran agama Islam (Y) dari 24 responden, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1 Nilai Uji Korelasi Pearson**

		Correlations	
		Media Sosial	Pemahaman Agama
Media Sosial	Pearson Correlation	1	,859**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	24	24
Pemahaman Agama	Pearson Correlation	,859**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	24	24

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Interpretasinya Nilai  $r = 0,859$  menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara penggunaan media sosial konten keagamaan dan pemahaman agama. Nilai  $R^2 = 0,737$  berarti 73,7% variasi pemahaman dijelaskan oleh penggunaan media sosial. Nilai signifikansi 0,000 menunjukkan hubungan ini signifikan secara statistik. Uji Regresi Linier Sederhana. Dari hasil regresi linier sederhana diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 5.502 + 0.872 \times X$  Dengan rincian hasil uji regresi:

**Tabel 2 Uji Regresi Linier ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6209,375	1	6209,375	275,092	,000 <sup>a</sup>
	Residual	2212,053	98	22,572		
	Total	8421,428	99			

a. Predictors: (Constant), Media Sosial

b. Dependent Variable: Pemahaman Agama

Interpretasinya dari Output diatas diketahui bahwa F hitung 275,092 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel penggunaan media sosial atau dengan kata lain ada pengaruh dari variabel penggunaan media sosial terhadap variabel pemahaman agama islam untuk siswa SMK Negeri Gudo.

Besarnya persentase nilai korelasi atau Hubungan

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimension0 1	,859 <sup>a</sup>	,737	,735	4,75100

a. Predictors: (Constant), Media Sosial

Interpretasinya dari tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,859. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinan (R Square) sebesar 0,737, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel penggunaan media sosial terhadap variabel pemahaman agama islam adalah sebesar 73,7%.

**Analisis Penelitian**

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum dan kecenderungan penggunaan media sosial konten keagamaan di kalangan siswa SMK Negeri Gudo, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi pemahaman mereka terhadap pelajaran agama Islam. Analisis dilakukan secara deskriptif kuantitatif, berdasarkan data hasil penyebaran angket kepada 24 siswa, yang diklasifikasikan menurut 8 indikator utama.

Keaktifan Menggunakan Media Sosial. Hasil menunjukkan bahwa Mayoritas siswa aktif menggunakan media sosial, dengan 75% menjawab setuju atau sangat setuju. menggunakan media sosial secara aktif setiap hari. Hal ini membuktikan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari rutinitas siswa. Kondisi ini sangat relevan dengan karakteristik generasi digital, yang lebih menyukai informasi yang cepat dan visual. Artinya, media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menyampaikan nilai-nilai keagamaan secara kontemporer.

Aktivitas Mengakses Konten Keagamaan. Sebanyak 83,33% siswa memilih "Netral", yang berarti mereka hanya mengakses konten keagamaan secara pasif, misalnya ketika konten muncul di beranda. Ini menunjukkan bahwa meskipun mereka aktif di media sosial, konten keagamaan bukanlah prioritas utama

dalam aktivitas digital mereka. Maka, perlu pendekatan kreatif dari guru dan pendakwah untuk mengemas konten agama yang lebih menarik dan relevan bagi remaja.

Mengikuti Akun Media Sosial Keagamaan. Sebanyak 66,67% siswa juga memilih "Netral" pada pernyataan ini. Artinya, mereka mungkin mengikuti akun dakwah atau ustadz, namun tidak benar-benar memperhatikan atau menyimak isinya secara aktif. Hanya 12,25% siswa yang tidak aktif mengikuti dan menyimak akun konten keagamaan secara rutin. Ini memperkuat temuan bahwa penggunaan media sosial masih bersifat umum dan belum terarah pada kebutuhan edukatif atau religius.

Ketertarikan Mempelajari Agama Melalui Media Sosial. Sebanyak 54,17% siswa menyatakan "Setuju" atau "Sangat Setuju" bahwa mereka tertarik mempelajari agama lewat media sosial. Ini merupakan indikator positif bahwa media sosial dapat menjadi media alternatif pembelajaran agama. Konten agama yang komunikatif, visual, dan dikemas secara kekinian terbukti mampu menumbuhkan minat belajar keagamaan di luar ruang kelas.

Preferensi Belajar Agama Melalui Media Sosial Dibanding Buku. Sebanyak 62,5% siswa bersikap netral, dan 21% lebih suka belajar agama melalui media sosial. Artinya, media sosial belum sepenuhnya menggantikan buku sebagai sumber belajar utama, tetapi sudah cukup menarik perhatian siswa. Perlu ada strategi pembelajaran integratif yang menggabungkan bahan ajar digital dan konvensional untuk hasil pembelajaran yang optimal.

Menonton Ceramah Keagamaan di Media Sosial. Sebanyak 16,67% siswa menyatakan aktif menonton ceramah digital, dan 66,67% memilih netral. Artinya, ceramah keagamaan di media sosial cukup diminati, meskipun belum menjadi kebiasaan rutin. Ceramah singkat, video animasi Islami, atau konten Q&A religi yang ringan bisa menjadi pendekatan yang lebih efektif untuk meningkatkan ketertarikan siswa.

Persepsi Manfaat Konten Keagamaan di Media Sosial. Sebanyak 45,84% siswa menganggap bahwa konten agama di media sosial bermanfaat. Ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa tidak hanya menikmati, tetapi juga merasakan nilai tambah dari konten-konten tersebut dalam pemahaman agama mereka. Artinya, media sosial sudah diterima secara fungsional sebagai sarana dakwah dan edukasi yang modern.

Kemampuan Membedakan Konten Agama yang Benar. Sebanyak 50% siswa merasa mampu membedakan konten agama yang benar dan tidak benar. Namun, 41,67% masih bersikap netral, yang artinya belum sepenuhnya yakin terhadap keaslian konten yang mereka konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konten dakwah tersebar luas, literasi digital keagamaan siswa masih perlu ditingkatkan agar mereka tidak terjebak dalam

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 24 siswa kelas XI SMK Negeri Gudo mengenai pengaruh penggunaan media sosial konten keagamaan terhadap pemahaman pelajaran agama Islam, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut.

Mayoritas siswa SMK Negeri Gudo aktif menggunakan media sosial setiap hari, terutama untuk berbagai keperluan personal dan hiburan. Namun, intensitas mereka dalam mengakses konten keagamaan secara spesifik masih tergolong sedang hingga rendah. Hal ini terlihat dari banyaknya siswa yang memilih jawaban *Netral* pada pernyataan terkait frekuensi mengakses atau mengikuti akun-akun konten keagamaan. Meski demikian, terdapat sebagian siswa yang mengaku konten keagamaan di media sosial mampu meningkatkan minat mereka dalam mempelajari agama Islam.

Berdasarkan data dari hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap indikator variabel Y (pemahaman pelajaran agama Islam), diketahui bahwa sebagian besar siswa memahami materi akidah, ibadah, dan akhlak yang diajarkan. Mereka juga menunjukkan kemampuan untuk menerapkan nilai-nilai ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari dan mampu mengikuti pelajaran agama secara aktif. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mereka terhadap pelajaran agama cukup baik.

Hasil analisis korelasi Pearson menunjukkan adanya hubungan yang **sangat kuat dan signifikan** antara penggunaan media sosial konten keagamaan (variabel X) dengan pemahaman pelajaran agama Islam (variabel Y), dengan nilai korelasi sebesar **0,859** dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar **0,737**. Artinya, sebesar **73,7%** variasi dalam pemahaman pelajaran agama Islam dapat dijelaskan oleh intensitas dan kualitas penggunaan media sosial konten keagamaan.

Dengan demikian, **hipotesis alternatif (H1)** yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial konten keagamaan terhadap pemahaman pelajaran agama Islam diterima, dan **hipotesis nol (H0)** ditolak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhar, M., & Rahman, A. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Pemahaman Agama Islam di Kalangan Remaja. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*.
- Azwar, S. (2014). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: SAGE.
- Firmansyah, D. (2018). Literasi Digital di Kalangan Pelajar Muslim. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam*.
- Fitria. (2020). Pemahaman Literasi Pendidikan Agama Islam dalam Era Digital. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Hartati, S. (2020). Peran Guru PAI dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa Melalui Media Sosial. *Jurnal Tarbiyah UIN*.
- Haryanto, S. (2015). *Dakwah di Era Digital*. Malang: UIN-Malang Press.
- Hidayat, A. (2015). *Metode Statistik untuk Analisis Data Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Hidayat, M. T. (2020). Efektivitas Konten Dakwah Instagram terhadap Pemahaman Agama Remaja. *Jurnal Ilmu Dakwah*.
- Kuntowijoyo. (2006). *Islam sebagai Ilmu*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Miles, M.B., & Huberman, A.M. (1992). *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publications.
- Moleong, L.J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mubarak, A. (2019). Dampak Negatif Media Sosial terhadap Pendidikan Islam. *Jurnal Tarbiyah Islamiyah*.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Qamaruddin. (2015). *Pendidikan Agama Islam dalam Perspektif Multikulturalisme*. Jakarta: Kencana.
- Rachmawati, N. (2022). Penggunaan TikTok dalam Pembelajaran Agama Islam di Kalangan Remaja. *Jurnal Digital Islamika*.
- Raharjo, S. (2016). *Statistik untuk Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Safitri, F. Z., & M.R.S.A. (2021). Dampak Dakwah di Media Sosial Studi pada Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunitas Al-Furqon. *Pinisi Journal of Sociology Education Review*, 1(3).
- Sholeh, B. (2020). Pembelajaran PAI Berbasis Media Digital. *Jurnal Pendidikan Agama*.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunan, M. (2021). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Literasi Keagamaan Siswa SMA. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*.
- Suryadi, A. (2017). *Sosiologi Agama: Konsep dan Implementasinya di Masyarakat Muslim*. Jakarta: Prenada Media.
- Syahidin. (2016). *Pendidikan Agama Islam: Teori dan Praktik dalam Konteks Sekolah*. Bandung: Alfabeta.
- Van Dijk, J. (2013). *The Network Society*. London: SAGE Publications.
- Wahid, A. (2019). Pengaruh YouTube Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Muslim. *Jurnal Komunikasi Islam*.
- We Are Social & Hootsuite. (2023). *Digital 2023: Indonesia Report*. [Laporan Digital Tahunan].
- Widyastuti, R. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Pemahaman Agama Islam Remaja. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*.
- Yusuf, M. (2017). *Statistika untuk Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prenada Media.
- Zulkarnain, M. (2021). Kajian Literasi Digital dan Tantangan Pendidikan Islam di Era Teknologi. *Jurnal Studi Islam Kontemporer*.