



Pengaruh Penggunaan Media Sosial Konten Keagamaan terhadap Pemahaman Pelajaran Agama Islam pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri Gudo

Qurrotu Aina Al.Arofah, HM. Zaimuddin W. As'ad, Moh. Makmun

Prodi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Pesantren Tinggi Darul 'Ulum, Indonesia

Alamat: Komplek Ponpes Darul Ulum, Wonokerto Selatan, Rejos, Kec. Peterongan, Jombang, Jawa Timur 61481

*Penulis Korespondensi : baymaxbigheroes@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of using religious content on social media on the understanding of Islamic Religious Education among students at SMK Negeri Gudo. The method used is quantitative with a correlational approach. The sample in this study consisted of 24 eleventh-grade students selected using purposive sampling. Data collection techniques employed a Likert scale questionnaire. The analysis results indicate a significant relationship between the use of religious content on social media and the understanding of Islamic Religious Education, as evidenced by a correlation coefficient value of 0.578 with a significance of 0.003 (< 0.05), indicating a moderate and significant correlation. This study concludes that social media can positively contribute to students' religious understanding when used appropriately. This study also suggests that teachers and schools can utilize social media as an effective learning tool by guiding students to access quality and reliable religious content. Furthermore, it is crucial to improve students' digital literacy so they can effectively select information and avoid misleading content. Thus, the use of social media is not merely for entertainment but also as a tool that supports a more optimal understanding and strengthening of Islamic religious values.*

Keywords: Education; Islamic Religious Understanding; Media; Religious Content, Vocational School Students.

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. Penelitian ini juga menyarankan agar guru dan pihak sekolah dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana pembelajaran yang efektif dengan mengarahkan siswa untuk mengakses konten keagamaan yang berkualitas dan terpercaya. Selain itu, penting untuk meningkatkan literasi digital siswa agar mereka mampu memilah informasi dengan baik serta menghindari konten yang menyesatkan. Dengan demikian, penggunaan media sosial tidak hanya menjadi hiburan semata, tetapi juga sebagai alat bantu yang mendukung pemahaman dan penguatan nilai-nilai agama Islam secara lebih optimal.

Kata kunci: Konten Keagamaan; Media Sosial; Pemahaman Agama Islam; Pendidikan; Siswa SMK

1. 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 (Azhar, M. & Rahman, A., 2022).

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 (Fitria, S., 2024).

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 (Agus Andrian, 2024). 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.

“ 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 (Agus Andrian, 2024).”

Fenomena ini menjadi semakin relevan jika dikaitkan dengan pesan Al-Qur'an.

A. 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.

B. Surah An-Nur ayat 11,

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُم لِّكُلِّ 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 (Faizah Zahra Safitri & M.R.S.A., 2021), namun efeknya sangat bergantung pada cara pengguna memfilter dan memahami informasi yang diterima (Rina Widyastuti, 2021). 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.

2. LANDASAN TEORI**A. Definisi Media Sosial**

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 (Nasrullah et al., n.d.). 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.

B. Definisi Konten Keagamaan

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 disebarakan 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.

C. Konsep Dasar Pendidikan Agama Islam

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 (Syahidin, n.d.). Hal ini sejalan dengan ajaran pertama dalam Islam yang menekankan pentingnya pendidikan, seperti yang dicontohkan ketika Jibril menyuruh Nabi Muhammad untuk membaca.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk mengumpulkan data dari responden. Responden dalam penelitian ini adalah siswa SMK Negeri Gudo yang berusia antara 17 hingga 18 tahun, meliputi siswa kelas 11 yang dimana jumlah siswa keseluruhan yaitu 323 yang dimana dibagi beberapa kelas dan jurusan. Penelitian ini dilakukan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri Gudo, yang berlokasi di Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Penelitian berlangsung pada semester genap tahun ajaran 2024/2025, tepatnya antara bulan Maret hingga Mei 2025. 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. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling (sampel acak). Peneliti mengambil sampel sebanyak 24 siswa, dengan hasil perhitungannya yaitu $122 \times 25\%$ dari Kelas XI yang diberikan oleh Pihak sekolah adalah 4 Kelas. Pada penelitian ini menggunakan instrumen yang disusun dalam bentuk kuesioner atau angket menggunakan Skala Likert dalam mengumpulkan data kuantitatif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Realibilitas dan Uji Validitas Variabel X

a) Uji Validitas Variabel X (Penggunaan Media Sosial Konten Keagamaan)

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pernyataan dalam kuesioner dapat mengukur variabel X, yaitu penggunaan media sosial konten keagamaan. Instrumen dikatakan valid jika dapat mengukur secara tepat apa yang ingin diukur. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas empiris yang diuji menggunakan korelasi Pearson Product Moment, dengan data yang diperoleh dari 24 responden siswa SMK Negeri Gudo.

Tabel 1. Validitas Variabel X.

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
1	Saya aktif menggunakan media sosial setiap hari	0.521	0.195	Valid
2	Saya sering mengakses konten keagamaan di media sosial	0.473	0.195	Valid
3	Saya mengikuti akun-akun media sosial keagamaan	0.456	0.195	Valid
4	Konten keagamaan membuat saya tertarik mempelajari agama	0.589	0.195	Valid
5	Saya lebih suka belajar agama melalui media sosial	0.501	0.195	Valid
6	Saya menonton ceramah keagamaan di media sosial	0.487	0.195	Valid
7	Media sosial memberikan informasi agama yang bermanfaat	0.618	0.195	Valid
8	Saya bisa membedakan konten keagamaan yang benar	0.541	0.195	Valid

Semua butir pada variabel X memiliki nilai rHitung lebih besar dari rTabel (0.195), sehingga seluruh item dinyatakan valid.

b) Uji Validitas Variabel Y

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa item-item dalam kuesioner mampu mengukur variabel Y, yaitu pemahaman pelajaran agama Islam. Dalam penelitian ini, validitas diuji menggunakan analisis korelasi Pearson Product Moment antara skor masing-masing item dengan skor total. Jumlah

responden sebanyak 24 siswa digunakan untuk menguji kekuatan hubungan setiap pernyataan terhadap total skor variabel.

Uji validitas variabel Y juga menggunakan metode yang sama. Kriteria $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ (0,195).

Tabel 2. Validitas Variabel Y.

No	Pernyataan	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Keterangan
1	Saya memahami materi akidah yang diajarkan	0.537	0.195	Valid
2	Saya dapat menjelaskan tata cara ibadah dengan benar	0.562	0.195	Valid
3	Saya memahami nilai-nilai akhlak yang diajarkan	0.593	0.195	Valid
4	Saya menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari	0.601	0.195	Valid
5	Saya mampu menjawab soal ujian agama Islam dengan baik	0.577	0.195	Valid
6	Saya berdiskusi aktif dalam pelajaran agama Islam	0.488	0.195	Valid

Semua item pada variabel Y juga memiliki nilai $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ (0.195), sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid.

B. Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha Variabel X dan Variabel Y

a) Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha Variabel X

Uji reliabilitas untuk variabel X yaitu Penggunaan Media Sosial Konten Keagamaan dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi internal item-item dalam instrumen penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha melalui bantuan program SPSS. Variabel X terdiri dari 8 butir pernyataan dengan skala Likert lima poin, yang diberikan kepada 24 responden siswa SMK Negeri Gudo.

Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk mengetahui konsistensi internal item-item pada variabel X. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$.

Tabel 3. Realibilitas Cronbach's Variabel X.

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penggunaan Media Sosial Konten Keagamaan (X)	0.834	Reliabel (tinggi)

Nilai Cronbach's Alpha variabel X adalah 0.834, berada di atas batas minimum 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen variabel X memiliki konsistensi internal yang tinggi dan reliabel.

b) Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha Variabel Y

Uji reliabilitas untuk variabel X yaitu Penggunaan Media Sosial Konten Keagamaan dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi internal item-item dalam instrumen penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha melalui bantuan program SPSS. Variabel Y terdiri dari 8 butir pernyataan dengan skala Likert lima poin, yang diberikan kepada 24 responden siswa SMK Negeri Gudo.

Uji reliabilitas variabel Y juga dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha. Kriteria reliabel apabila nilainya $> 0,7$.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Cronbacg's Alpha Variabel Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pemahaman Pelajaran Agama Islam (Y)	0.811	Reliabel (tinggi)

Nilai Cronbach's Alpha variabel Y adalah 0.811, yang juga melebihi batas minimum 0,70. Dengan demikian, seluruh butir pertanyaan pada variabel Y dinyatakan reliabel.

C. Hasil Analisis Hubungan antara Variabel X dan Variabel Y :

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.

a) 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 5. 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).

Interpretasi :

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.

b) Uji Regresi Linier Sederhana

Dari hasil regresi linier sederhana diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5.502 + 0.872 \times X \text{ Dengan rincian hasil uji regresi:}$$

Tabel 6. Uji Regresi Linier.

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

a. Predictors: (Constant), Media Sosial
b. Dependent Variable: Pemahaman Agama

Interpretasi:

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.

Tabel 7. Besarnya persentase nilai korelasi atau Hubungan.

Model	Model Summary		
	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimension01	,859 ^a	,737	,735
a. Predictors: (Constant), Media Sosial			

Interpretasi:

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%

D. Analisis Data Penelitian

a. 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.

b. 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.

c. 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.

d. 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.

e. 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.

f. 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.

g. 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.

h. 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 misinformasi keagamaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 24 siswa kelas XI SMK Negeri Gudo, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial konten keagamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemahaman pelajaran agama Islam. Meskipun sebagian besar siswa menggunakan media sosial untuk keperluan personal dan hiburan, intensitas mereka dalam mengakses konten keagamaan cukup bervariasi, dengan beberapa siswa yang mengaku konten tersebut mampu meningkatkan minat belajar agama Islam. Dari sisi pemahaman, siswa menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi akidah, ibadah, dan akhlak serta mampu menerapkan nilai-nilai ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Analisis korelasi Pearson menguatkan temuan ini dengan nilai korelasi yang sangat kuat sebesar 0,859, yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial konten keagamaan menjelaskan sekitar 73,7% variasi dalam pemahaman pelajaran agama Islam siswa. Oleh karena itu, penelitian ini menerima hipotesis alternatif yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial konten keagamaan terhadap pemahaman pelajaran agama Islam.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, penulis memberikan beberapa saran penting untuk berbagai pihak terkait. Bagi guru Pendidikan Agama Islam, diharapkan dapat lebih aktif memanfaatkan media sosial sebagai media alternatif dalam pembelajaran dengan menyisipkan konten dakwah atau tugas berbasis analisis konten keagamaan digital, serta melakukan pengawasan dan pembimbingan agar siswa mampu memilih dan menyaring informasi keagamaan yang tepat di internet. Untuk siswa, disarankan agar lebih selektif dalam mengakses konten keagamaan di media sosial serta meningkatkan kemampuan literasi digital agar terhindar dari hoaks atau ajaran menyimpang, sekaligus meningkatkan kesadaran menggunakan media sosial sebagai sarana pembelajaran agama yang efektif dan menyenangkan. Sekolah juga perlu mengambil peran aktif dengan mengadakan kegiatan pembinaan, pelatihan, atau seminar tentang literasi digital dan keagamaan guna membekali siswa kemampuan berpikir kritis dalam menghadapi arus informasi, serta mendorong guru untuk berinovasi dalam penyampaian materi pelajaran agama dengan pendekatan yang lebih relevan dengan dunia digital siswa. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya disarankan menggunakan metode mixed-method atau kualitatif agar dapat menggali

lebih dalam proses internalisasi pemahaman keagamaan siswa melalui interaksi digital dan sosial, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, M., & Rahman, A. (2021). Pengaruh media sosial terhadap pemahaman agama Islam di kalangan remaja. *Jurnal Pendidikan Agama 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*. UIN-Malang Press.
- Kuntowijoyo. (2006). *Islam sebagai ilmu*. Tiara Wacana.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Qualitative data analysis*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mubarok, A. (2019). Dampak negatif media sosial terhadap pendidikan Islam. *Jurnal Tarbiyah Islamiyah*.
- Nazir, M. (2011). *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Qamaruddin. (2015). *Pendidikan agama Islam dalam perspektif multikulturalisme*. Kencana.
- 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*. Alfabeta.
- Sunan, M. (2021). Analisis pengaruh media sosial terhadap literasi keagamaan siswa SMA. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*.
- Syahidin. (2016). *Pendidikan agama Islam: Teori dan praktik dalam konteks sekolah*. Alfabeta.
- Van Dijk, J. (2013). *The network society*. SAGE Publications.
- Widyastuti, R. (2021). Pengaruh media sosial terhadap pemahaman agama Islam remaja. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*.
- Yusuf, M. (2017). *Statistika untuk penelitian pendidikan*. Prenada Media.
- Zulkarnain, M. (2021). Kajian literasi digital dan tantangan pendidikan Islam di era teknologi. *Jurnal Studi Islam Kontemporer*.