



ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER KAJIAN ISLAMI MAHASISWA IAI YAPNAS JENEPONTO

Rindiani*, Nurfadhilah Rahman, Ayu Andika, St Husnul Khatimah

Institut Agama Islam Yapnas Jeneponto, Indonesia

*Corresponding Author: indi21845@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media sosial sebagai sumber kajian Islami oleh mahasiswa Institut Agama Islam (IAI) YAPNAS Jeneponto. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert yang disebarikan kepada 51 mahasiswa. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan intensitas penggunaan media sosial, frekuensi akses konten Islami, motivasi penggunaan, kualitas dan kepercayaan terhadap konten, serta pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan pemahaman agama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Frekuensi akses konten Islami serta motivasi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber kajian keislaman tergolong tinggi. Media sosial dinilai mampu menyediakan konten Islami yang mudah diakses, beragam, dan relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Selain itu, mahasiswa menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup baik terhadap kualitas konten Islami di media sosial, disertai dengan sikap selektif dalam menilai kredibilitas sumber. Pemanfaatan media sosial juga terbukti berkontribusi positif dalam membantu mahasiswa memahami ajaran Islam, baik secara konseptual maupun praktis. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dan strategis sebagai sumber kajian Islami bagi mahasiswa IAI YAPNAS Jeneponto. Oleh karena itu, diperlukan upaya penguatan literasi digital keislaman serta pendampingan dari institusi pendidikan Islam agar pemanfaatan media sosial dapat berjalan secara bijak dan optimal dalam mendukung pembelajaran keagamaan.

Keywords: Kajian Islami, Literasi Digital, Mahasiswa, Media Sosial, Pembelajaran Islam

Article history

Received:

20 Januari 2026

Revised:

15 Maret 2026

Accepted:

10 Juni 2026

Published:

25 Juni 2026

Citation (APA Style): To be added by editorial staff during production

INTRODUCTION

Teknologi digital di era sekarang telah mengalami banyak perkembangan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam aspek keagamaan. Media sosial seperti tiktok, instagram, dan youtube menjadi alat yang mudah di akses oleh kalangan remaja, termasuk pelajar untuk memperoleh informasi dengan cepat (Maulidin, S., 2024). Melalui media sosial, konten dakwah, kajian Islami, dan motivasi religius semakin populer dan mudah diakses. Dalam QS. Al-Hujurat [49]: 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Terjemahan:

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila datang kepadamu seorang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

Ayat ini menekankan pentingnya tabayyun atau kehati-hatian dalam menerima dan menyebarkan informasi. Setiap Muslim harus memastikan kebenaran suatu berita sebelum mempercayainya, terutama jika sumbernya tidak jelas. Dalam konteks media sosial, ayat ini mengingatkan mahasiswa untuk selektif terhadap konten kajian Islami agar tidak terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan. Sikap kritis dan hati-hati tersebut mencerminkan perilaku religius yang sesuai dengan ajaran Islam.

Salah satu tokoh NU yang aktif memanfaatkan media ini adalah KH. Mustofa Bisri atau Gus Mus. Sebagai ulama karismatik dan pengasuh Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin, Gus Mus menyebarkan dakwah yang menekankan nilai-nilai toleransi, kedamaian, dan kemanusiaan kepada masyarakat luas (Rachmadhani, A., 2021). Dakwah sebagai kegiatan menyeru manusia kepada kebaikan dengan membawa pesan akidah, syariah, dan muamalah telah mengalami perkembangan seiring dengan perubahan zaman (Pimay, A., & Savitri, F. M., 2021). Salah satu bentuk perkembangan tersebut terlihat dari kemajuan teknologi komunikasi yang membagi bentuk dakwah menjadi dua kategori utama, yaitu dakwah melalui media massa konvensional dan dakwah melalui media digital (new media). Dakwah konvensional mencakup penyebaran pesan Islam melalui koran, majalah, radio, dan televisi, yang bersifat komunikasi satu arah dan melibatkan proses penyaringan informasi (gatekeeping) sebelum disampaikan kepada audiens (Ansori & Jaya, 2025). Sementara itu, dakwah digital memiliki karakteristik berbeda, di antaranya adanya jejaring (network), informasi terbuka, interaksi langsung (interface), kemampuan arsip (archive), berlangsung secara real time, dan bersifat interaktif (interactivity).

Bentuk dakwah digital ini dapat ditemukan pada berbagai platform seperti website, Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, WhatsApp, serta aplikasi media sosial lainnya yang memungkinkan penyebaran pesan dakwah secara luas dan cepat (Rizal, et al., 2024). Salah satu tokoh NU yang aktif memanfaatkan media ini adalah KH. Mustofa Bisri atau Gus Mus. Sebagai ulama karismatik dan pengasuh Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin, Gus Mus menyebarkan dakwah yang menekankan nilai-nilai toleransi, kedamaian, dan kemanusiaan kepada masyarakat luas (Rachmadhani, A., 2021). Dakwah sebagai kegiatan menyeru manusia kepada kebaikan dengan membawa pesan akidah, syariah, dan muamalah telah mengalami perkembangan seiring dengan perubahan zaman (Jamal & Nur, 2022). Salah satu bentuk perkembangan tersebut terlihat dari kemajuan teknologi komunikasi yang membagi bentuk dakwah menjadi dua kategori utama, yaitu dakwah melalui media massa konvensional dan dakwah melalui media digital (Sholihul Huda, S. H. I., & Fil, M., 2022).

Dakwah konvensional mencakup penyebaran pesan Islam melalui koran, majalah, radio, dan televisi, yang bersifat komunikasi satu arah dan melibatkan proses penyaringan informasi (gatekeeping) sebelum disampaikan kepada audiens. Sementara itu, dakwah digital memiliki karakteristik berbeda, di antaranya adanya jejaring (network), informasi terbuka, interaksi langsung (interface), kemampuan arsip (archive), berlangsung secara real time, dan bersifat interaktif (interactivity). Bentuk dakwah digital ini dapat ditemukan pada berbagai platform seperti website, Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, WhatsApp, serta aplikasi media sosial lainnya yang memungkinkan penyebaran pesan dakwah secara luas dan cepat.

Jika perkembangan teknologi dimanfaatkan dengan bijak, maka dapat menjadi sarana efektif dalam menyebarkan dakwah dan nilai-nilai Islam. Melalui media digital, pesan keagamaan dapat disampaikan lebih luas, cepat, dan menarik, terutama bagi generasi muda. Dengan demikian, teknologi berperan penting dalam memperkuat perilaku religius dan kesadaran spiritual di era modern (Pratama, et al., 2024). Namun, kenyataannya perkembangan teknologi dan media sosial tidak selalu berdampak baik. Banyak orang, terutama remaja dan mahasiswa, lebih sering menggunakan media sosial untuk hiburan daripada untuk hal yang bermanfaat. Tidak sedikit juga



yang mudah percaya pada konten keagamaan tanpa memeriksa kebenarannya. Akibatnya, pemahaman agama menjadi dangkal dan perilaku religius hanya terlihat di permukaan, bukan dari kesadaran yang benar-benar tumbuh dari dalam diri.

Hasil penelitian Madhani, Sari, dan Shaleh (2021) menunjukkan bahwa meskipun TikTok memiliki daya tarik yang besar, penggunaannya juga dapat membawa dampak negatif, seperti membuat pengguna terlena hingga lupa waktu, menunda pekerjaan atau tugas, serta menurunkan semangat dan menumbuhkan rasa malas. Kebiasaan mahasiswa sekarang yang mencari kajian keagamaan lewat sosial media cukup membahayakan, karena selain memudahkan juga masih banyak yang negatif dari kajian sejenis ini. Banyak mahasiswa yang hanya melihat potongan video ceramah dan tanpa benar-benar mengetahui dari mana asal sumber ceramah tersebut. Dapat dipastikan mahasiswa yang seperti ini akan terjerumus dalam kesalahpahaman ajaran dalam islam. Terlalu banyak bergantung dengan kajian online juga membuat mereka terbiasa untuk malas berangkat kajian langsung kampus atau masjid. Ada juga yang terlalu cepat mencerna informasi sehingga hanya dari cuplikan informasi yang sebenarnya mungkin tidak benar atau hanya potongannya. Faktor internal seperti emosi dan perasaan turut memengaruhi perilaku keagamaan seseorang. Ia menjelaskan bahwa nilai silaturahmi mulai menurun karena semakin jarangny majelis ilmu yang diadakan secara langsung, terutama pada masa pandemi. Walaupun komunikasi tetap berlangsung melalui media sosial, keakraban antarpemuntut ilmu tidak seerat interaksi tatap muka. Kebiasaan belajar agama secara daring juga menimbulkan rasa malas untuk menghadiri kajian langsung, karena dianggap lebih mudah dan praktis melalui media sosial. Akibatnya, muncul kecenderungan individualistis dalam kegiatan keagamaan.

Peran media sosial dalam kajian Islami di kalangan mahasiswa sangat besar dan berpengaruh terhadap cara mereka memahami serta mengamalkan ajaran agama. Melalui platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan WhatsApp, mahasiswa dapat dengan mudah mengakses berbagai ceramah, kajian, dan diskusi keagamaan dari ustaz maupun tokoh Islam ternama. Akses yang cepat dan fleksibel ini membuat mahasiswa dapat belajar agama kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke majelis taklim. Media sosial juga membuka ruang interaksi antara pendakwah dan audiens, sehingga mahasiswa bisa bertanya, berdiskusi, dan memperdalam pemahaman agama secara lebih aktif dan partisipatif. Selain itu, media sosial berperan penting dalam membentuk perilaku religius mahasiswa. Konten dakwah yang dikemas secara menarik dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mampu menumbuhkan kesadaran spiritual serta memperkuat nilai-nilai moral di tengah arus modernisasi dan gaya hidup digital. Namun, di sisi lain, mahasiswa juga perlu memiliki kemampuan berpikir kritis dalam menyaring informasi agar tidak mudah terpengaruh oleh ajaran yang tidak sesuai dengan prinsip Islam. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi sarana dakwah dan pendidikan agama yang efektif, selama digunakan secara bijak dan bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan penegasan Allah SWT mengenai perintah ALLAH dalam berdakwah (QS. An-Nahl [16]: 125) yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahan:

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah⁴²⁴ dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

Makna dari ayat ini adalah ajakan agar umat Islam menyampaikan dakwah dengan cara yang bijaksana, penuh kesabaran, dan menggunakan nasihat yang baik. Ayat ini menekankan bahwa dalam mengajak manusia kepada kebenaran, diperlukan sikap lembut, tutur kata yang santun, dan pendekatan yang penuh hikmah agar pesan Islam dapat diterima dengan baik tanpa menimbulkan pertentangan melalui media sosial. Meskipun media sosial memberikan kemudahan dalam mengakses kajian Islami, pada kenyataannya banyak mahasiswa yang belum mampu



memanfaatkannya secara bijak. Fenomena yang sering muncul adalah kecenderungan mahasiswa menjadikan media sosial bukan hanya sebagai sarana belajar agama, tetapi juga sebagai tempat hiburan yang berlebihan. Akibatnya, nilai-nilai religius yang seharusnya diperoleh melalui konten keagamaan sering kali terabaikan oleh arus informasi yang bersifat ringan, viral, dan tidak mendidik. Tidak sedikit mahasiswa yang lebih tertarik pada gaya penyampaian dai yang populer dibandingkan substansi ajaran yang disampaikan, sehingga pemahaman mereka terhadap Islam menjadi dangkal dan kurang komprehensif.

Selain itu, masih banyak mahasiswa yang menerima informasi keagamaan di media sosial tanpa melakukan tabayyun (klarifikasi) terhadap sumbernya. Mereka sering kali mempercayai potongan video dakwah atau kutipan ayat tanpa konteks yang jelas, bahkan membagikannya kembali tanpa memeriksa kebenarannya. Kondisi ini berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dalam memahami ajaran Islam serta menurunkan kualitas perilaku religius. Perilaku seperti cepat menghakimi, menyebarkan informasi tanpa verifikasi, atau meniru perilaku keagamaan yang viral tanpa pemahaman mendalam menjadi cerminan tantangan moral yang dihadapi mahasiswa di era digital. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Hujurat [49]: 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ لِنُدِمِّينَ

Terjemahan:

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuanmu yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.”

Ayat ini menegaskan pentingnya kehati-hatian dalam menerima dan menyebarkan informasi, terutama di era digital. Makna ayat ini selaras dengan penelitian Menurut Rahmawati, Puspita, Azis, dan Fadhil (2025), penggunaan media sosial tidak terlepas dari tantangan seperti penyebaran informasi palsu dan teralihkan perhatian dari kegiatan ibadah. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan media sosial yang bijak dan terarah agar manfaatnya terhadap peningkatan religiusitas mahasiswa dapat dioptimalkan..

Realitas tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi agama melalui media sosial tidak selalu sejalan dengan peningkatan pemahaman agama yang mendalam. Banyak mahasiswa yang justru terjebak dalam *potongan-potongan dakwah* singkat tanpa memahami konteksnya secara utuh. Penelitian Perkembangan saluran dakwah Islam di media sosial, khususnya YouTube, memang mempermudah penyebaran ajaran agama, tetapi juga menimbulkan tantangan terhadap toleransi beragama di Indonesia. Penelitian menunjukkan adanya tiga persoalan utama, yaitu terbatasnya ruang klarifikasi, munculnya sikap kontra-toleransi, dan meningkatnya konflik horizontal. Ketiga hal tersebut berpotensi menimbulkan penyebaran informasi yang keliru dan memperkeruh hubungan antarumat beragama. Oleh karena itu, diperlukan moderasi konten serta edukasi tentang pentingnya toleransi di ruang digital agar dakwah melalui media sosial dapat berjalan lebih seimbang dan menyejukkan., sehingga nilai-nilai keislaman yang mereka serap hanya bersifat permukaan.

Menurut Dewi, M. S. R. (2019), perkembangan media sosial telah memberikan pengaruh nyata terhadap perubahan pola perilaku masyarakat. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga membentuk cara individu berpikir, berinteraksi, dan mengekspresikan nilai-nilai yang diyakini. Dalam konteks keagamaan, penggunaan media sosial dapat memperkuat pemahaman dan praktik keagamaan, namun jika tidak disikapi dengan bijak, juga berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif, individualistik, dan penurunan kualitas interaksi sosial secara langsung. Menurut Ilhamsyah dan Mitra (2022), media sosial kini banyak diminati oleh kalangan milenial dan remaja. Penggunaannya memang memberikan manfaat positif, seperti mempermudah interaksi sosial tanpa batas ruang dan waktu. Namun, apabila seseorang mengalami kecanduan terhadap penggunaan smartphone dan media sosial, hal tersebut dapat menimbulkan dampak negatif bagi penggunanya sendiri, baik dari segi perilaku maupun



keseimbangan aktivitas sehari-hari. Hal ini mempertegas bahwa media sosial hanyalah sarana; keberhasilan pembentukan perilaku religius tetap ditentukan oleh kemampuan individu dalam menyaring, memahami, dan mengamalkan ajaran Islam secara benar. Karena itu, penting bagi mahasiswa untuk menumbuhkan kesadaran literasi digital dan sikap selektif terhadap konten keagamaan, agar media sosial benar-benar menjadi media dakwah yang mencerahkan, bukan sekadar hiburan yang menyesatkan.

Peran media sosial dalam penyebaran nilai-nilai keislaman di kalangan mahasiswa semakin tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, mahasiswa dapat mengakses beragam konten dakwah, ceramah, maupun kajian keagamaan secara cepat dan fleksibel (Faizah, R., 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana pembelajaran dan pembinaan keagamaan yang sesuai dengan karakter generasi digital. Namun demikian, tingginya akses terhadap konten Islami di media sosial belum tentu diiringi dengan peningkatan perilaku religius yang nyata. Masih banyak mahasiswa yang pasif dalam mengamalkan nilai-nilai keagamaan, atau hanya mengonsumsi konten keislaman tanpa disertai refleksi dan penerapan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana penggunaan media sosial benar-benar berkontribusi terhadap pembentukan perilaku religius mahasiswa.

Dengan melihat fenomena tersebut, penting untuk dilakukan penelitian yang mengkaji hubungan antara penggunaan media sosial sebagai sumber kajian Islami dengan perilaku religius mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai sejauh mana media sosial berperan dalam membentuk keyakinan, ibadah, serta sikap keagamaan mahasiswa, khususnya di lingkungan Institut Agama Islam (IAI) YAPNAS Jeneponto.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kuantitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, objektif, dan faktual mengenai fenomena penggunaan media sosial sebagai sumber kajian Islami oleh mahasiswa IAI YAPNAS Jeneponto. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk mendeskripsikan kecenderungan, intensitas, dan pola pemanfaatan media sosial dalam konteks kajian keislaman. Subjek penelitian adalah mahasiswa Institut Agama Islam (IAI) YAPNAS Jeneponto yang aktif menggunakan media sosial. Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan IAI YAPNAS Jeneponto dengan mempertimbangkan karakteristik mahasiswa sebagai generasi digital yang akrab dengan berbagai platform media sosial.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan angket (kuesioner) yang disusun berdasarkan skala Likert. Angket digunakan untuk memperoleh data mengenai tingkat penggunaan media sosial sebagai sumber kajian Islami, meliputi pemanfaatan platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok. Instrumen kuesioner memuat pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan frekuensi penggunaan, jenis konten keislaman yang diakses, serta tujuan mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial untuk memperdalam pemahaman keislaman. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif. Analisis dilakukan dengan menghitung skor rata-rata, persentase, dan distribusi frekuensi dari setiap indikator penelitian. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan uraian naratif untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat dan pola penggunaan media sosial sebagai sumber kajian Islami di kalangan mahasiswa IAI YAPNAS Jeneponto.

Penyajian data dilakukan secara sistematis melalui tabel, grafik, dan deskripsi naratif agar hasil penelitian mudah dipahami. Penyajian ini bertujuan untuk menampilkan kecenderungan penggunaan media sosial serta peran media sosial dalam mendukung aktivitas kajian Islami mahasiswa.



FINDINGS AND DISCUSSION

Findings

Berdasarkan data jenis kelamin responden, dapat diketahui bahwa dari total 51 responden, sebagian besar adalah perempuan, yaitu sebanyak 43 orang atau 84,3%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 8 orang atau 15,7%. Data ini menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh mahasiswa perempuan. Dominasi tersebut dapat mencerminkan komposisi mahasiswa aktif di IAI YAPNAS Jeneponto maupun tingkat partisipasi perempuan yang lebih tinggi dalam pengisian kuesioner penelitian. Sebagaimana yang terlampir pada tabel 1.

Tabel 1. Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki Laki	8	15.7	15.7	15.7
	Perempuan	43	84.3	84.3	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Ditinjau dari program studi, responden berasal dari lima program studi yang berbeda. Program studi dengan jumlah responden terbanyak adalah Pendidikan Agama Islam (PAI), yaitu sebanyak 18 orang atau 35,3%. Selanjutnya, responden dari Pendidikan Bahasa Sastra (PBS) berjumlah 14 orang atau 27,5%, dan Tadris IPA (TIPA) sebanyak 12 orang atau 23,5%. Sementara itu, responden dari Pendidikan Bahasa Arab (PBA) berjumlah 4 orang atau 7,8%, dan Hukum Keluarga Islam (HKI) sebanyak 3 orang atau 5,9%. Sebaran ini menunjukkan bahwa responden penelitian berasal dari latar belakang keilmuan yang beragam, dengan dominasi mahasiswa PAI yang relevan dengan kajian keislaman. Sebagaimana yang terlampir pada tabel 2.

Tabel 2. Program Studi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIPA	12	23.5	23.5	23.5
	HKI	3	5.9	5.9	29.4
	PAI	18	35.3	35.3	64.7
	PBS	14	27.5	27.5	92.2
	PBA	4	7.8	7.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Berdasarkan semester, responden paling banyak berasal dari semester 3, yaitu sebanyak 29 orang atau 56,9%. Selanjutnya, responden dari semester 5 dan semester 7 masing-masing berjumlah 8 orang atau 15,7%, sedangkan responden dari semester 1 berjumlah 6 orang atau 11,8%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada semester menengah, yang umumnya telah memiliki pengalaman akademik cukup untuk memanfaatkan media sosial sebagai sumber kajian Islami. Sebagaimana yang terlampir pada tabel 3.

Tabel 3. Semester

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	11.8	11.8	11.8
	3	29	56.9	56.9	68.6
	5	8	15.7	15.7	84.3
	7	8	15.7	15.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	



Secara keseluruhan, karakteristik responden dalam penelitian ini cukup bervariasi dari segi jenis kelamin, program studi, dan semester. Keberagaman tersebut memberikan gambaran yang komprehensif mengenai penggunaan media sosial sebagai sumber kajian Islami di kalangan mahasiswa IAI YAPNAS Jeneponto. Berdasarkan tabel intensitas penggunaan media sosial, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa IAI YAPNAS Jeneponto memiliki tingkat penggunaan media sosial yang relatif tinggi. Skor intensitas paling banyak berada pada nilai 21 dengan jumlah responden 12 orang (23,5%), disusul skor 19 sebanyak 9 orang (17,6%) dan skor 17 sebanyak 8 orang (15,7%). Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa menggunakan media sosial secara intens dalam kehidupan sehari-hari. Intensitas yang tinggi tersebut mencerminkan bahwa media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas mahasiswa, baik untuk kebutuhan komunikasi, hiburan, maupun pencarian informasi, termasuk informasi keislaman.

Selanjutnya, pada tabel frekuensi akses konten Islami, terlihat bahwa mayoritas responden cukup sering mengakses konten keislaman melalui media sosial. Skor tertinggi berada pada nilai 16 dengan jumlah responden 17 orang (33,3%), diikuti skor 14 sebanyak 8 orang (15,7%) dan skor 15 sebanyak 7 orang (13,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk kepentingan umum, tetapi juga dimanfaatkan secara aktif oleh mahasiswa sebagai sarana untuk memperoleh kajian Islami, seperti ceramah, kajian tafsir, hadis, dan konten dakwah lainnya. Pada aspek motivasi penggunaan media sosial untuk kajian Islami, hasil penelitian memperlihatkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki motivasi yang cukup kuat. Skor tertinggi terdapat pada nilai 16 dengan jumlah responden 20 orang (39,2%), diikuti oleh skor 17 sebanyak 11 orang (21,6%). Hal ini menandakan bahwa mahasiswa terdorong menggunakan media sosial sebagai sumber kajian Islami karena faktor kemudahan akses, fleksibilitas waktu, serta keberagaman materi keislaman yang tersedia. Motivasi ini memperkuat peran media sosial sebagai alternatif sumber pembelajaran keagamaan di luar perkuliahan formal.

Berdasarkan tabel kualitas dan kepercayaan terhadap konten Islami, mayoritas responden menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup baik terhadap konten keislaman di media sosial. Skor paling dominan berada pada nilai 16 dengan jumlah responden 17 orang (33,3%), disusul skor 14 sebanyak 9 orang (17,6%). Meskipun demikian, masih terdapat variasi skor yang menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa sepenuhnya menerima konten Islami di media sosial tanpa pertimbangan. Hal ini mengindikasikan adanya sikap selektif mahasiswa dalam menilai kredibilitas dai, sumber, dan isi konten keislaman yang mereka konsumsi.

Terakhir, pada aspek pemanfaatan media sosial untuk pemahaman agama, hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi cukup signifikan dalam membantu mahasiswa memahami ajaran Islam. Skor tertinggi berada pada nilai 16 dengan jumlah responden 17 orang (33,3%), diikuti skor 17 sebanyak 9 orang (17,6%). Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai media pendukung pembelajaran agama yang membantu mahasiswa memperdalam pemahaman keislaman, baik secara konseptual maupun praktis. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial dimanfaatkan secara intens dan positif oleh mahasiswa IAI YAPNAS Jeneponto sebagai sumber kajian Islami. Tingginya intensitas penggunaan, frekuensi akses konten Islami, motivasi, tingkat kepercayaan, serta pemanfaatannya dalam pemahaman agama menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam mendukung literasi dan pembelajaran keislaman di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan tabel 4. Descriptive Statistics, diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 51 mahasiswa ($N = 51$), dan seluruh data dinyatakan valid (Valid $N = 51$). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh kuesioner yang dikumpulkan dapat dianalisis lebih lanjut tanpa adanya data yang harus dikeluarkan. Variabel Program Studi (Prodi) memiliki nilai minimum 1 dan maksimum 5, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 2,90 serta standar deviasi 1,269. Nilai ini menunjukkan bahwa responden berasal dari berbagai program studi yang relatif tersebar, dengan tingkat variasi yang cukup moderat. Sementara itu, variabel semester memiliki nilai minimum 1 dan maksimum 7, dengan nilai mean 3,71 dan standar deviasi 1,781. Hal ini



mengindikasikan bahwa responden berada pada semester awal hingga akhir, namun mayoritas berada pada semester menengah.

Pada variabel intensitas penggunaan media sosial, diperoleh nilai minimum 11 dan maksimum 27, dengan nilai rata-rata 18,86 serta standar deviasi 3,131. Nilai mean yang relatif tinggi ini menunjukkan bahwa mahasiswa IAI YAPNAS Jeneponto memiliki tingkat penggunaan media sosial yang cukup intens. Standar deviasi yang tidak terlalu besar mengindikasikan bahwa tingkat intensitas penggunaan media sosial antar responden relatif homogen. Selanjutnya, variabel frekuensi akses konten Islami menunjukkan nilai minimum 4 dan maksimum 20, dengan nilai mean sebesar 15,04 serta standar deviasi 2,807. Temuan ini menandakan bahwa mahasiswa cukup sering mengakses konten keislaman melalui media sosial. Variasi jawaban responden berada pada tingkat sedang, yang menunjukkan adanya perbedaan frekuensi akses, namun tidak terlalu mencolok. Pada variabel motivasi penggunaan media sosial untuk kajian Islami, diperoleh nilai rata-rata 16,06 dengan standar deviasi 2,641. Nilai mean yang tinggi ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki motivasi yang kuat dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana kajian keislaman. Variasi data yang relatif kecil menunjukkan bahwa motivasi tersebut dimiliki oleh sebagian besar responden.

Variabel kualitas dan kepercayaan terhadap konten Islami memiliki nilai mean 15,10 dan standar deviasi 2,830. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menilai konten Islami di media sosial memiliki kualitas yang cukup baik dan dapat dipercaya. Meskipun demikian, adanya variasi nilai menunjukkan bahwa mahasiswa tetap bersikap selektif dalam menerima dan menilai kredibilitas konten keislaman yang mereka akses. Terakhir, variabel pemanfaatan media sosial untuk pemahaman agama memiliki nilai minimum 4 dan maksimum 20, dengan nilai rata-rata 15,29 serta standar deviasi 2,886. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial cukup berperan dalam membantu mahasiswa memahami ajaran agama Islam. Nilai standar deviasi yang sedang menunjukkan adanya perbedaan tingkat pemanfaatan antar responden, namun secara umum media sosial memberikan kontribusi positif terhadap pemahaman keagamaan mahasiswa. Selain itu, variabel jenis kelamin memiliki nilai mean 1,84 dengan standar deviasi 0,367, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini sejalan dengan distribusi responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel sebelumnya.

Tabel 4.Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PRODI	51	1	5	2.90	1.269
SEMESTER	51	1	7	3.71	1.781
IntensitasPenggunaanMediaS osial	51	11	27	18.86	3.131
FrekuensiAksesKontenIslami	51	4	20	15.04	2.807
MotivasiMenggunaanMediaS osialUntukKajianIslami	51	4	20	16.06	2.641
KualitasDanKepercayaanPada Konten	51	4	20	15.10	2.830
PemanfaatanMediaSosialUntuk PemahamanAgama	51	4	20	15.29	2.886
JENISKELAMIN	51	1	2	1.84	.367
Valid N (listwise)	51				

Discussion

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan sebagai sumber kajian Islami bagi mahasiswa IAI YAPNAS Jeneponto. Tingginya nilai rata-rata intensitas penggunaan media sosial mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dalam kehidupan mahasiswa sehari-hari. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa mahasiswa sebagai generasi digital cenderung memanfaatkan teknologi digital tidak hanya untuk komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai sarana memperoleh pengetahuan, termasuk pengetahuan keislaman.



Frekuensi akses konten Islami yang tergolong tinggi menunjukkan bahwa mahasiswa secara aktif memanfaatkan media sosial untuk mengakses materi keagamaan. Hal ini mencerminkan pergeseran pola belajar keislaman dari metode konvensional menuju model digital yang lebih fleksibel dan mudah diakses. Media sosial memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh kajian Islami kapan saja dan di mana saja, sehingga menjadi alternatif yang relevan dalam mendukung proses pembelajaran keagamaan di luar ruang kelas formal.

Motivasi mahasiswa dalam menggunakan media sosial sebagai sumber kajian Islami juga tergolong kuat. Tingginya skor motivasi menunjukkan bahwa mahasiswa terdorong oleh kemudahan akses, keberagaman konten, serta penyajian materi yang menarik dan kontekstual. Kondisi ini mengindikasikan bahwa media sosial mampu menjawab kebutuhan belajar generasi muda yang cenderung menyukai konten visual, ringkas, dan komunikatif, sehingga kajian Islami dapat disampaikan dengan pendekatan yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman.

Pada aspek kualitas dan kepercayaan terhadap konten Islami, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat kepercayaan yang cukup baik terhadap konten keislaman di media sosial, meskipun tidak sepenuhnya tanpa sikap kritis. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran mahasiswa untuk menilai kredibilitas sumber, latar belakang penyampai materi, serta kesesuaian isi konten dengan ajaran Islam yang benar. Sikap selektif ini menjadi temuan penting karena menunjukkan bahwa mahasiswa tidak bersifat pasif dalam menerima informasi keagamaan, melainkan berupaya melakukan penyaringan terhadap konten yang mereka konsumsi.

Selanjutnya, pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan pemahaman agama menunjukkan hasil yang positif. Media sosial dinilai mampu membantu mahasiswa dalam memahami ajaran Islam, baik dari aspek konseptual maupun praktis. Konten keislaman yang disajikan secara visual, interaktif, dan aplikatif dinilai lebih mudah dipahami dan diingat. Hal ini menegaskan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai media pendukung pembelajaran agama yang efektif, terutama bagi mahasiswa yang memiliki keterbatasan waktu untuk mengikuti kajian keislaman secara langsung.

Secara keseluruhan, hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sumber kajian Islami memberikan kontribusi positif bagi mahasiswa IAI YAPNAS Jeneponto. Namun demikian, temuan ini juga mengisyaratkan pentingnya penguatan literasi digital keislaman agar mahasiswa mampu membedakan konten yang valid dan kredibel dengan konten yang bersifat kurang dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, diperlukan peran institusi pendidikan Islam dan para pendidik untuk mengarahkan pemanfaatan media sosial secara bijak, sehingga media sosial tidak hanya menjadi sarana konsumsi informasi, tetapi juga media pembelajaran keislaman yang berkualitas dan bertanggung jawab.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan sebagai sumber kajian Islami bagi mahasiswa IAI YAPNAS Jeneponto. Tingginya intensitas penggunaan media sosial menunjukkan bahwa mahasiswa sangat akrab dengan platform digital dan menjadikannya sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Kondisi ini menciptakan peluang besar bagi media sosial untuk dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran keislaman yang efektif dan relevan dengan karakteristik generasi mahasiswa saat ini.

Frekuensi akses konten Islami serta motivasi mahasiswa dalam menggunakan media sosial untuk kajian keislaman tergolong tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk kepentingan hiburan dan komunikasi, tetapi juga dimanfaatkan secara sadar sebagai sumber pengetahuan agama. Kemudahan akses, keberagaman konten, serta penyajian materi yang menarik menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa memanfaatkan media sosial dalam memperdalam pemahaman keislaman.

Selain itu, mahasiswa menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup baik terhadap kualitas konten Islami di media sosial, disertai dengan sikap selektif dalam menilai kredibilitas sumber



dan isi konten. Sikap kritis ini menjadi temuan penting yang menunjukkan adanya kesadaran literasi digital keagamaan di kalangan mahasiswa. Media sosial juga dinilai mampu membantu meningkatkan pemahaman agama, baik secara teoritis maupun praktis, sehingga berperan sebagai media pendukung pembelajaran keislaman di luar konteks perkuliahan formal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial merupakan media yang potensial dan strategis sebagai sumber kajian Islami bagi mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan dari institusi pendidikan Islam untuk mengarahkan dan mengoptimalkan pemanfaatan media sosial secara bijak, agar dapat mendukung peningkatan kualitas pemahaman dan pengamalan ajaran Islam di kalangan mahasiswa.

REFERENCES

- Ansori, I., & Jaya, C. K. (2025). Komunikasi Dakwah di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(1), 01-16. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/mada/article/view/10860>
- Dewi, M. S. R. (2019). Islam dan etika bermedia (kajian etika komunikasi netizen di media sosial Instagram dalam perspektif Islam). *Research Fair Unisri*, 3(1). <https://doi.org/10.33061/rsfu.v3i1.2574>
- Faizah, R. (2024). Peran media sosial dalam meningkatkan pemahaman agama Islam di kalangan generasi milenial. *MUMTAZ: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 038-052. <https://ejournal.uniib.ac.id/index.php/mumtaz/article/view/2889>
- Ilhamsyah, I., & Mitra, M. (2022). Revolusi Mental: Pemuda dan Habit Barunya dalam Perspektif Islam Sebuah Upaya dalam Menimalisir Dampak Negatif Kecanduan Media Sosial Masa Kini. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 9(1), 9–18. <https://doi.org/10.33084/jhm.v9i1.3663>
- Jamal, G., & Nur, A. S. (2022). Globalisasi Dan Dakwah Di Era Milenial. *ASWALALITA: Journal of Da'wah Management*, 1(1), 41-56. <https://ejournal.iainutuban.ac.id/index.php/aswalalita/article/view/236>
- Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 627–647. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art7>
- Maulidin, S. (2024). Pendidikan pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan pada pelajar. *Journal Khafi: Journal Of Islamic Studies*, 2(3), 27-39. <https://ejournal.panduinstitute.com/index.php/PCFIS/article/view/161>
- Pimay, A., & Savitri, F. M. (2021). Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 43-55. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>
- Pratama, A. R., Aprison, W., Yulius, Y., Latifa, N., & Syafrudin, S. (2024). Dakwah digital dalam penyebaran nilai-nilai Islam di era digital. *Tabayyun*, 5(1). <https://doi.org/10.61519/tby.v5i1.68>
- Rachmadhani, A. (2021). Otoritas Keagamaan di Era Media Baru: Dakwah Gusmus di Media Sosial. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, 5(2), 150–169. <https://doi.org/10.14421/panangkaran.v5i2.2636>
- Rizal, D. A., Maula, R. A., & Idamatussilmi, N. (2024). Transformasi media sosial dalam digitalisasi agama: Media dakwah dan wisata religi. *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, 9(2), 206-230. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/mukaddimah/article/view/3909>
- Sholihul Huda, S. H. I., & Fil, M. (2022). *Dakwah digital muhammadiyah (pola baru dakwah era disrupsi)*. Samudra Biru.

