

Kontribusi Penggunaan Media Sosial Terhadap Nilai-Nilai Keislaman Siswa SMA UISU Medan

Ahmad Nawawi,¹ Muhammad Rizki Syahputra,² Abdul Rahman³

^{1,2,3}Fakultas Agama Islam Universitas Islam Sumatera Utara

¹ahmadnawawi@gmail.com

²mrizkisyahputra@fai.uisu.ac.id

³abdurahman@fai.uisu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi penggunaan media sosial terhadap nilai-nilai keislaman siswa SMA UISU Medan. Latar belakang penelitian berangkat dari fenomena tingginya penggunaan media sosial di kalangan remaja yang berpotensi mempengaruhi aspek akidah, ibadah, dan akhlak. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan populasi seluruh siswa kelas XI IPS berjumlah 30 orang yang diambil melalui teknik sampling jenuh. Instrumen penelitian berupa angket dengan 60 butir pernyataan (30 butir per variabel) yang telah teruji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, korelasi Pearson, dan regresi linear sederhana melalui SPSS versi 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 80% siswa memiliki tingkat penggunaan media sosial yang tinggi dengan mean 113,46, sedangkan 73,3% siswa memiliki tingkat internalisasi nilai-nilai keislaman yang tinggi dengan mean 116,94. Analisis korelasi menghasilkan nilai $r = 0,743$ dengan signifikansi $0,000 < 0,01$, menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan nilai-nilai keislaman. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,552 menunjukkan bahwa 55,2% variasi nilai-nilai keislaman dipengaruhi oleh penggunaan media sosial, sedangkan 44,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Persamaan regresi $Y = 39,690 + 0,681X$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin penggunaan media sosial akan meningkatkan nilai-nilai keislaman sebesar 0,681 poin. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial berkontribusi signifikan terhadap penguatan akidah, ibadah, dan akhlak siswa jika digunakan secara bijak dan selektif. Diperlukan literasi digital Islami serta bimbingan dari guru dan orang tua agar media sosial dapat dioptimalkan sebagai sarana dakwah digital yang efektif.

Kata kunci: Internasifikasi; keislaman; kontribusi; media sosial; nilai

Abstract

This study aims to analyze the contribution of social media use to the Islamic values of students at SMA UISU Medan. The research background stems from the phenomenon of high social media usage among adolescents which potentially influences aspects of faith (aqidah), worship (ibadah), and morals (akhlak). The study employed a correlational quantitative approach with a population of 30 students from class XI IPS selected through saturated sampling technique. The research instrument consisted of a questionnaire with 60 statement items (30 items per variable) that had been tested for validity and reliability. Data analysis used validity, reliability, normality, linearity, Pearson correlation, and simple linear regression tests through SPSS version 30. The results showed that 80% of students had a high level of social media use with a mean of 113.46, while 73.3% of students had a high level of Islamic values internalization with a mean of 116.94. Correlation

analysis yielded $r = 0.743$ with significance of $0.000 < 0.01$, indicating a strong and significant positive relationship between social media use and Islamic values. The coefficient of determination (R^2) of 0.552 indicates that 55.2% of the variation in Islamic values is influenced by social media use, while 44.8% is influenced by other factors. The regression equation $Y = 39.690 + 0.681X$ shows that each one-point increase in social media use will increase Islamic values by 0.681 points. This study concludes that social media significantly contributes to strengthening students' faith, worship, and morals when used wisely and selectively. Islamic digital literacy and guidance from teachers and parents are needed to optimize social media as an effective medium for digital da'wah.

Keywords: Contribution; Islamic values; internalization, social media, values

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang berlangsung sangat pesat telah membawa dampak signifikan dalam kehidupan manusia, termasuk dalam dunia pendidikan. Teknologi tidak hanya memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan memperluas wawasan, tetapi juga memunculkan tantangan baru berupa ketergantungan terhadap perangkat digital dan internet. Saat ini, hampir seluruh aktivitas manusia—baik komunikasi, pembelajaran, hiburan, maupun aktivitas sosial—tidak terlepas dari pemanfaatan teknologi modern.

Fenomena ketergantungan terhadap internet dan perangkat gawai semakin nyata seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial. Media sosial berfungsi sebagai ruang virtual yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berkomunikasi, serta berbagi informasi tanpa batas ruang dan waktu. Keberadaan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, termasuk di kalangan pelajar.

Dalam perspektif Islam, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan anugerah dari Allah SWT yang harus dimanfaatkan secara bijak dan bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 31 yang menegaskan bahwa Allah mengajarkan kepada Nabi Adam pengetahuan tentang nama-nama benda, sebagai simbol pentingnya ilmu pengetahuan bagi manusia (QS. Al-Baqarah: 31). Ayat ini menunjukkan bahwa Islam tidak menolak kemajuan teknologi, melainkan mendorong pemanfaatannya untuk tujuan yang bernilai kebaikan.

Media sosial menyediakan berbagai layanan jejaring yang memungkinkan pengguna memperoleh informasi secara cepat dan luas. Melalui akun pribadi,

pengguna dapat mengekspresikan diri, berbagi konten visual maupun audiovisual, serta mengakses berbagai informasi, termasuk informasi keagamaan. Fitur-fitur interaktif yang ditawarkan menjadikan media sosial sebagai sarana yang efektif dalam membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku penggunanya. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga memiliki potensi edukatif yang besar.

Penggunaan media sosial saat ini telah menjangkau seluruh lapisan usia. Remaja dan dewasa awal, termasuk pelajar dan mahasiswa, merupakan kelompok pengguna paling aktif. Bahkan, anak-anak usia sekolah dasar pun telah akrab dengan media sosial dan perangkat digital. Tingginya intensitas penggunaan media sosial ini diperkuat oleh berbagai hasil riset. Penelitian yang dilakukan oleh Crowdtap, Ipsos Media CT, dan *The Wall Street Journal* menunjukkan bahwa generasi berusia 16–36 tahun menghabiskan waktu yang jauh lebih banyak untuk mengakses internet dan media sosial dibandingkan media tradisional (Crowdtap, Ipsos Media CT, & *The Wall Street Journal*, 2014).

Di Indonesia, perkembangan penggunaan media sosial juga menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Laporan We Are Social bekerja sama dengan Hootsuite mencatat bahwa pada tahun 2019 jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 150 juta orang atau 56% dari total populasi, dan terus mengalami peningkatan pada tahun-tahun berikutnya (We Are Social & Hootsuite, 2019). Pada tahun 2020, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta orang, dengan sekitar 160 juta di antaranya merupakan pengguna aktif media sosial (We Are Social, 2020). Data ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia.

Di era digital ini, media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi dan informasi yang paling efektif di kalangan remaja, termasuk siswa Sekolah Menengah Atas (SMA). Platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga konten edukatif dan keagamaan. Dalam konteks pendidikan Islam, pemahaman dan internalisasi nilai-nilai keislaman memiliki peran penting dalam membentuk karakter dan kepribadian siswa. Media sosial, dengan segala potensi dan pengaruhnya, dapat menjadi sarana pendukung dalam proses internalisasi nilai-nilai tersebut.

Siswa SMA UISU Medan, sebagai bagian dari generasi digital, juga активно menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, termasuk untuk mengakses konten keagamaan seperti tausiyah, video ceramah, dan kutipan Islami. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang besar bagi media sosial untuk berkontribusi dalam memperkuat pemahaman dan penghayatan nilai-nilai keislaman siswa. Namun demikian, derasnya arus informasi di media sosial juga menimbulkan persoalan serius, terutama terkait dengan validitas dan kredibilitas konten keagamaan. Tidak semua informasi yang beredar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, bahkan sebagian berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dalam memahami ajaran Islam.

Berdasarkan realitas tersebut, penting untuk mengkaji secara empiris bagaimana tingkat penggunaan media sosial di kalangan siswa SMA UISU Medan, bagaimana proses internalisasi nilai-nilai keislaman yang terjadi, serta sejauh mana penggunaan media sosial berkontribusi terhadap pembentukan nilai-nilai keislaman siswa. Penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) karena secara spesifik mengkaji kontribusi media sosial terhadap internalisasi nilai keislaman pada konteks lokal SMA UISU Medan, yang belum banyak diteliti sebelumnya, sekaligus memberikan dasar rasional bagi pengembangan strategi pendidikan Islam yang relevan dengan tantangan era digital.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, yang bertujuan untuk mengkaji hubungan serta kontribusi penggunaan media sosial terhadap internalisasi nilai-nilai keislaman siswa. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan fenomena sosial dan keagamaan diukur secara objektif melalui data numerik serta dianalisis menggunakan teknik statistik (Sugiyono, 2013). Pendekatan ini relevan digunakan ketika penelitian berfokus pada pengujian hubungan antarvariabel dan penarikan kesimpulan berbasis data empiris.

Desain korelasional digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan, arah hubungan, serta tingkat keeratan hubungan antara dua variabel tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel yang diteliti (Sugiyono, 2015). Desain ini

dipandang sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin melihat kontribusi penggunaan media sosial terhadap nilai-nilai keislaman siswa dalam konteks alami kehidupan sekolah.

Penelitian dilaksanakan di SMA UISU Medan, Sumatera Utara, pada bulan September 2025. Populasi penelitian adalah seluruh siswa kelas XI IPS yang berjumlah 30 orang. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil, teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh, di mana seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini melibatkan dua variabel utama, yaitu penggunaan media sosial sebagai variabel bebas (X) dan nilai-nilai keislaman sebagai variabel terikat (Y). Penggunaan media sosial didefinisikan sebagai aktivitas individu dalam memanfaatkan platform digital untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Media sosial dipahami sebagai ruang sosioteknologis yang membentuk pola komunikasi, identitas, dan perilaku pengguna (Nasrullah, 2015; Alyusi, 2019). Variabel ini dioperasionalkan melalui indikator intensitas penggunaan, jenis konten yang diakses, tujuan penggunaan, serta platform media sosial yang digunakan. Pemilihan indikator tersebut merujuk pada karakteristik media sosial sebagai jaringan, informasi, interaksi, dan arsip digital (Nasrullah, 2015).

Nilai-nilai keislaman dimaknai sebagai seperangkat prinsip ajaran Islam yang terinternalisasi dalam diri siswa dan tercermin dalam sikap serta perilaku sehari-hari. Nilai-nilai ini mencakup dimensi akidah, ibadah, dan akhlak, yang secara konseptual merupakan satu kesatuan utuh dalam ajaran Islam (Shihab, 2002; Jamal, 2011). Operasionalisasi nilai-nilai keislaman ke dalam indikator terukur bertujuan agar konsep normatif keagamaan dapat dianalisis secara empiris dalam pendekatan kuantitatif.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan angket tertutup sebagai instrumen utama. Angket disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan menggunakan skala Likert lima tingkat, yang memungkinkan pengukuran sikap dan persepsi responden secara bertahap (Sugiyono, 2018).

Penggunaan angket dipilih karena dinilai efektif untuk mengukur perilaku penggunaan media sosial dan tingkat internalisasi nilai keislaman secara sistematis pada responden dalam jumlah terbatas (Doni & Faqih, 2017). Selain angket,

digunakan observasi terbatas dan dokumentasi sebagai data pendukung guna memperkuat pemahaman konteks empiris penelitian.

Kualitas instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud (Gunawan, 2015). Instrumen dinyatakan valid apabila koefisien korelasi memenuhi kriteria signifikansi statistik.

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Alpha Cronbach untuk mengetahui tingkat konsistensi internal instrumen. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70, yang menunjukkan kestabilan hasil pengukuran (Sugiyono, 2014). Penjelasan ini penting bagi mahasiswa agar memahami bahwa instrumen penelitian kuantitatif harus memenuhi aspek ketepatan dan konsistensi.

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 30 dengan taraf signifikansi 0,05. Tahap pertama adalah analisis deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data masing-masing variabel melalui nilai rata-rata, standar deviasi, dan distribusi kategori (Kesumawati et al., 2017).

Selanjutnya dilakukan uji prasyarat analisis, meliputi uji normalitas dan uji linearitas, untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi statistik sebelum dilakukan analisis lanjutan. Untuk menjawab tujuan penelitian, digunakan analisis korelasi Pearson Product Moment guna mengetahui kekuatan dan arah hubungan antarvariabel.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi penggunaan media sosial terhadap nilai-nilai keislaman siswa, digunakan analisis regresi linear sederhana, yang dilengkapi dengan uji t dan koefisien determinasi (R^2) sebagai dasar penarikan kesimpulan inferensial (Sugiyono, 2018).

Hasil dan Pembahasan Penelitian

a) Hasil Penelitian

Sebelum analisis utama dilakukan, instrumen penelitian diuji kualitasnya. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel

penggunaan media sosial dan nilai-nilai keislaman memiliki nilai r *hitung* lebih besar dari r *tabel* (0,361) dengan signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach menghasilkan koefisien sebesar 0,924 untuk variabel penggunaan media sosial dan 0,938 untuk variabel nilai-nilai keislaman, yang menunjukkan tingkat reliabilitas sangat tinggi. Dengan demikian, instrumen layak digunakan dalam analisis lanjutan.

Secara deskriptif, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penggunaan media sosial siswa SMA UISU Medan tergolong tinggi, dengan nilai rata-rata 113,46 dari skor maksimal 150. Sebanyak 80% siswa berada pada kategori penggunaan media sosial tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dominan dalam kehidupan sehari-hari siswa, baik untuk hiburan, komunikasi, maupun akses informasi, termasuk konten keagamaan.

Pada variabel nilai-nilai keislaman, diperoleh nilai rata-rata sebesar 116,94, dengan 73,3% siswa berada pada kategori internalisasi nilai keislaman tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas siswa memiliki pemahaman dan pengamalan nilai-nilai keislaman yang baik, mencakup aspek akidah, ibadah, dan akhlak.

Uji prasyarat analisis menunjukkan bahwa data kedua variabel berdistribusi normal dan memiliki hubungan linear, sehingga memenuhi syarat untuk dilakukan analisis korelasi dan regresi. Hasil analisis korelasi Pearson menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat dan signifikan antara penggunaan media sosial dan nilai-nilai keislaman siswa ($r = 0,743$; $p < 0,01$). Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan media sosial cenderung diikuti oleh peningkatan internalisasi nilai-nilai keislaman.

Hasil analisis regresi linear sederhana memperkuat temuan tersebut. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,552 menunjukkan bahwa 55,2% variasi nilai-nilai keislaman siswa dapat dijelaskan oleh penggunaan media sosial, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Persamaan regresi yang diperoleh menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap internalisasi nilai-nilai keislaman siswa.

b) Pembahasan

Pertama, berkenaan dengan tingkat penggunaan media sosial siswa. Temuan

penelitian menunjukkan bahwa siswa SMA UISU Medan merupakan pengguna aktif media sosial. Tingginya intensitas penggunaan ini sejalan dengan karakteristik generasi remaja yang tumbuh dalam ekosistem digital, di mana media sosial berfungsi sebagai sarana utama komunikasi, hiburan, dan pencarian informasi. Hasil ini konsisten dengan laporan nasional dan teori media sosial yang menyatakan bahwa platform digital menjadi ruang sosial baru bagi generasi muda, yang memungkinkan interaksi tanpa batas ruang dan waktu.

Kedua, terkait dengan tingkat internalisasi nilai-nilai KeIslaman. Tingginya tingkat internalisasi nilai keislaman siswa menunjukkan bahwa lingkungan sekolah, keluarga, dan budaya religius memiliki peran penting dalam pembentukan karakter keislaman. SMA UISU Medan sebagai lembaga pendidikan berbasis Islam memberikan konteks yang kondusif bagi penguatan akidah, pembiasaan ibadah, dan pembentukan akhlak. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa nilai-nilai keislaman tidak hanya diajarkan secara kognitif, tetapi juga dibentuk melalui pembiasaan dan keteladanan.

Ketiga, kontribusi penggunaan media sosial terhadap nilai-nilai keislaman. Temuan utama penelitian ini adalah bahwa penggunaan media sosial memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap internalisasi nilai-nilai keislaman siswa. Hasil ini menantang pandangan umum yang sering memosisikan media sosial sebagai faktor yang melemahkan religiusitas remaja. Sebaliknya, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai media pendukung pembinaan keislaman apabila dimanfaatkan secara bijak.

Kontribusi positif tersebut dapat dijelaskan melalui beberapa mekanisme. Pertama, media sosial menyediakan akses luas terhadap konten keagamaan yang variatif dan mudah dijangkau. Kedua, dakwah digital yang dikemas secara kreatif dan kontekstual lebih sesuai dengan karakter belajar generasi muda. Ketiga, paparan berulang terhadap konten Islami berfungsi sebagai penguatan (reinforcement) terhadap nilai-nilai yang telah dipelajari di sekolah dan keluarga. Keempat, sifat interaktif media sosial memungkinkan terjadinya pembelajaran keagamaan yang partisipatif dan dialogis.

Namun demikian, kontribusi media sosial tidak bersifat tunggal. Masih terdapat 44,8% variasi nilai keislaman siswa yang dipengaruhi oleh faktor lain,

seperti lingkungan keluarga, kualitas pembelajaran Pendidikan Agama Islam, pengaruh teman sebaya, dan motivasi internal siswa. Hal ini menegaskan bahwa pembinaan nilai keislaman harus dilakukan secara holistik dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana internalisasi nilai-nilai keislaman di kalangan siswa SMA. Media sosial dapat berperan sebagai ruang dakwah digital yang efektif, selama disertai literasi digital Islami, bimbingan guru, serta pengawasan dan dukungan dari orang tua.

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan media sosial telah menjadi bagian integral dalam kehidupan siswa SMA UISU Medan dan berada pada kategori tinggi, baik dari segi intensitas maupun ragam platform yang digunakan. Media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi edukatif dan keagamaan, yang menunjukkan pergeseran pola belajar dan beragama siswa di era digital.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat internalisasi nilai-nilai keislaman siswa berada pada kategori tinggi. Nilai-nilai tersebut tercermin secara relatif kuat dalam dimensi akidah, ibadah, dan akhlak, yang menandakan bahwa proses pembinaan keagamaan di sekolah berjalan cukup efektif melalui pembelajaran Pendidikan Agama Islam, program keagamaan, serta dukungan lingkungan sekolah yang religius.

Lebih lanjut, temuan utama penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat dan signifikan antara penggunaan media sosial dan internalisasi nilai-nilai keislaman siswa. Kontribusi penggunaan media sosial terhadap pembentukan nilai-nilai keislaman tergolong cukup besar, meskipun bukan satu-satunya faktor penentu. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai medium pendukung internalisasi nilai keagamaan apabila dimanfaatkan secara bijak, selektif, dan terarah.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan implikasi bahwa media sosial bukan sekadar tantangan bagi pendidikan Islam, tetapi juga memiliki potensi strategis sebagai sarana penguatan nilai-nilai keislaman di kalangan pelajar.

Optimalisasi potensi tersebut memerlukan sinergi antara siswa, guru, dan institusi pendidikan melalui literasi digital Islami serta pendampingan yang berkelanjutan.

Selain itu, penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan kolaborasi antara sekolah, orang tua, dan lingkungan masyarakat dalam mengawasi serta mengarahkan penggunaan media sosial siswa. Sinergi ini penting agar nilai-nilai keislaman yang diperoleh melalui pembelajaran formal di sekolah dapat diperkuat secara konsisten dalam lingkungan keluarga dan ruang digital siswa.

Selanjutnya, pengembangan kurikulum Pendidikan Agama Islam berbasis literasi digital perlu dipertimbangkan, sehingga siswa tidak hanya menjadi konsumen konten keagamaan, tetapi juga mampu berperan sebagai produsen konten Islami yang positif, moderat, dan bertanggung jawab.

Terakhir, penelitian lanjutan disarankan untuk menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) atau menambahkan variabel mediasi, seperti literasi digital, motivasi beragama, atau pengaruh figur keagamaan di media sosial, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme internalisasi nilai-nilai keislaman di era digital.

Daftar Pustaka

- Abadi, H. S. (2019). Media sosial dan antitesis jurnalisme. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 7(1), 17–29.
- Abidin, J., & Fahmi, I. (2018). Media sosial dalam mempengaruhi perilaku keberagamaan siswa dan solusinya melalui pendidikan agama Islam. *Wahana Karya Ilmiah Pendidikan*, 2(2).
- Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas, dan modal sosial*. Jakarta: Kencana.
- Aspalam, N. V. (2020). *Analisis nilai-nilai pendidikan Islam dalam sinetron Para Pencari Tuhan jilid delapan* (Skripsi, IAIN Metro).
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Doni, F. R., & Faqih, H. (2017). Perilaku penggunaan media sosial pada kalangan remaja. *Indonesian Journal on Software Engineering*, 3(2), 15–23.

- Gunawan, M. A. (2015). *Statistik penelitian bidang pendidikan, psikologi, dan sosial*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Hasyim, B. (2013). Islam dan ilmu pengetahuan: Pengaruh temuan sains terhadap perubahan Islam. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 14(1), 127–139.
- Hootsuite, & We Are Social. (2020). *Digital 2020: Indonesia*.
- Jamal, M. (2011). Konsep al-Islam dalam Al-Qur'an. *Al-Ulum*, 11(2), 283–310.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Moderasi beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kemenag RI.
- Kesumawati, N., dkk. (2017). *Pengantar statistika penelitian*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Maulana, Mohammad Firman. (2024). *Islamisasi Kurikulum Era 4.0 Internet of Things*. Yogyakarta: Quantum Media Aksara
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurbaya, dkk. (2024). *Perkembangan Kurikulum*. Padang: Cv. Pustaka Inspirasi Minang
- NST, K. (2017). Konsep keutamaan akhlak versi Al-Ghazali. *Hijri*, 6(1).
- Rahayu, T. E. (2017). *Nilai-nilai pendidikan Islam dalam buku Segenggam Iman Anak Kita karya Muhammad Fauzil Adhim* (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung).
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Saputra, N. (2020). *Ekranisasi karya sastra dan pembelajarannya*. Jakarta: Jakad Media Publishing.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah* (Vol. 2). Jakarta: Lentera Hati.
- Soedjiwo, at. al. (2025). Islamic religious education and Muslim youth identity on social media: A critical discourse analysis of Instagram and TikTok content in Indonesia. *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*. <https://doi.org/10.32729/edukasi.v23i3.2158>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Urawan, V., Ridwan, M., & Darmayanti. (2025). Pengaruh media sosial dalam penyebaran nilai-nilai Islam kalangan remaja di Desa Konde, Kabupaten Buton Utara. *Tarbiyah Bil Qalam: Jurnal Pendidikan Agama dan Sains*, 9(2). <https://doi.org/10.58822/tbq.v9i2.329>
- Universitas Islam An Nur Lampung. (2025). The influence of parental attention,

social media, and religiosity on adolescent moral development: A literature review. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*. <https://doi.org/10.24042/atjpi.v16i2.29239>

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial. *The Messenger*, 3(2), 69–74.