

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN PESERTA DIDIK****Mugiyono, Reza Afifatul Janah**

Universitas Islam Jakarta, Indonesia

Email: rezaafifatuljanah01@gmail.com, mugiyonompdi@gmail.com

**Abstrak**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Perilaku keagamaan yang merupakan suatu bentuk perilaku yang mana mencerminkan nilai-nilai agama yang terkandung didalamnya. Dalam diri manusia terdapat dua unsur yaitu unsur jasmani dan unsur rohani. Unsur jasmani bisa didapatkan melalui makanan dan minuman sedangkan unsur rohani berupa nilai-nilai spiritual keagamaan. Perkembangan globalisasi membuat peserta didik menjadi akrab dengan smartphone sehingga membuatnya menjadi jauh dengan nilai-nilai keagamaan. Penelitian ini bertujuan: untuk mengukur seberapa besar pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Keagamaan. Metode yang digunakan menggunakan jenis Penelitian Kuantitatif dengan metode Deskriptif Analitik Korelasional. Teknik pengambilan sampel menggunakan Simple random sampling, dengan jumlah responden 26 siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika dilihat dari segi uji koefisien Product Moment menghasilkan " $r_{xy}$ " atau " $r_o$ " sebesar 0,535, sedangkan " $r_t$ " pada taraf signifikan 5% = 0,396 dan taraf signifikan 1% = 0,505. Dengan demikian dapat diterima dan disetujui, sementara Hipotesis Nihil ( $H_o$ ) ditolak atau tidak disetujui. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pada perhatian orang tua terhadap motivasi belajar.

Kata Kunci: Media Sosial, Perilaku Keagamaan, Peserta Didik

**Abstract**

*This research is motivated by religious behavior which is a form of behavior which reflects the religious values contained therein. In humans there are two elements, namely physical and spiritual elements. Physical elements can be obtained through food and drink while spiritual elements are in the form of religious spiritual values. The development of globalization makes students become familiar with smartphones so that they become distant from religious values. This study aims: to measure how much influence Social Media has on Religious Behavior. The method used uses the type of Quantitative Research with the Correlational Analytical Descriptive method. The sampling technique used Simple random sampling, with the number of respondents 26 students. The results showed that when viewed in terms of the Product Moment coefficient test produced " $r_{xy}$ " or " $r_o$ " of 0.535, while " $r_t$ " at a significant level of 5% = 0.396 and a significant level of 1% = 0.505. Thus it can be accepted and approved, while the Nihil Hypothesis ( $H_o$ ) is rejected or not approved. Based on the results of this study, it can be concluded that there is an influence on parental attention on learning motivation.*

Keywords: Social Media, Religious Behavior, student

## PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi dan Informasi yang sangat pesat membuat perubahan zaman menjadi moderen, hampir semua aspek kebutuhan manusia bisa dilakukan secara instan dan praktis (Nasrullah, 2015). Ilmu dan teknologi terus berjalan seiring dengan perkembangan pola hidup manusia. Pola kehidupan pun semakin tergeser pada pola yang semakin berkemajuan. Persoalan-persoalan yang saat ini sering muncul di masyarakat yaitu berkisar pada remaja, pendidikan, dan pergaulan Masyarakat (Efriania & Yasini, 2024).

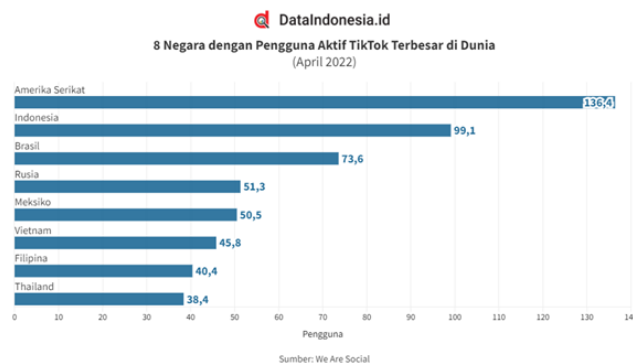
Semakin tak terbandungnya teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat di sangkal lagi bahwa hal tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung mempunyai dampak yang begitu besar pada Masyarakat (Jayanata, 2022). Para ahli komunikasi memiliki keyakinan bahwa perkembangan teknologi informasi sejatinya akan membawa dampak positif, tetapi sejarahnya membuktikan bahwa dibalik niat baik selalu ada usaha jahat yang menyertainya (As, 2017).

Banyaknya perangkat teknologi komunikasi saat ini yang menyediakan fitur layanan yang tidak hanya sebatas pada alat komunikasi verbal semata, namun pengguna akun sudah dapat berinteraksi secara langsung hingga pengguna mampu mengenal wajah, suara, wujud sampai pribadi melalui akses media sosial (Ahdianti & Waluyati, 2021).

Media sosial bermacam-macam bentuknya, namun yang banyak di kenal dan di gandrungi oleh kalangan remaja khususnya siswa sekolah adalah facebook, twitter, instagram, whatsapp, TikTok, dan masih banyak lagi (Aji, 2018). Kemudahan akses jaringan seperti ini sangat memudahkan remaja untuk dapat mengakses media sosial tanpa mempertimbangkan dampak baik dan buruknya. Kehidupan remaja yang berorientasi pada materi, akhirnya dapat berdampak miskinnya rohani yang pada akhirnya akan membawanya kepada kehidupan yang menyimpang akibat dari derasnya globalisasi (Permatasari, Apriyanto, Putra, & Asih, 2023).

Belakangan, salah satu platform yang sedang meledak penggunaannya adalah media sosial TikTok. Yang mana media sosial ini merupakan salah satu platform buatan Tiongkok, China yang memiliki durasi 15-60 detik dan video yang pengguna unggah bisa berdurasi hingga tiga menit. Pada aplikasi ini banyak menyajikan fitur-fitur seperti video, lagu, stiker, bahkan saat ini TikTok menyajikan fitur baru yaitu Tiktokshop.

Pengguna Media sosial TikTok dapat langsung mengakses video yang sedang tren, membuat video dengan beradu model dan gaya baik dari kalangan artis hingga masyarakat biasa yang ingin membagikan video olah kreativitasnya, bahkan pengguna bisa berbelanja online melalui media sosial TikTok. Hingga akhir bulan April 2022, setidaknya ada lebih dari 90 juta penduduk di Indonesia yang menggunakan aplikasi Tiktok. Berikut merupakan data pengguna media sosial TikTok di Indonesia



**Gambar 1. Data Pengguna Tiktok di Indonesia**  
**Sumber: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-ke-dua-di-dunia>**

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial TikTok menjadi salah satu aplikasi yang populer di seluruh dunia. Aplikasi video pendek ini sukses menyita perhatian banyak orang, terutama anak-anak muda karena tampilan serta fitur-fitur menarik yang ditawarkannya. Pengguna media sosial TikTok di Indonesia berada di urutan kedua di dunia setelah Amerika Serikat dan pengguna media sosial TikTok di Indonesia mencapai 99,1 juta orang. Pengguna media sosial TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di TikTok sebanyak 23,1 jam per bulan.

Media sosial diklaim sebagai alat komunikasi yang paling canggih menawarkan berbagai bentuk sajian tidak fenomenal tetapi juga menggiurkan (Hasmawati, 2024). Jika dilihat dari segi pragmatisme, media sosial telah menyumbangkan banyak hal yang positif dan konstruktif. Karena di media sosial sering disajikan berbagai macam informasi, berita, pendidikan, sosial bahkan hingga sajian spiritualitas keagamaan disajikan di dalamnya. Akan tetapi di sisi lain media sosial juga dipenuhi dengan berbagai sajian pornografi, kejahatan dunia maya seperti penipuan, cyber bullying, dan hacking (Ghaisani, 2021).

Hasil penelitian (Siregar, 2021) Dampak Media Sosial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa perbankan syariah semester 6 (Penelitian di IAIN Padang Simpunan Medan). Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak media sosial terkait perilaku keagamaan mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan di IAIN Padangsimpunan untuk mengetahui dampak media sosial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa Perbankan Syariah semester 6. Setelah dilakukan penelitian dengan menggunakan angket yang dibagikan kepada mahasiswa melalui link website, hasil yang didapatkan dalam penelitian ini bahwa mahasiswa Perbankan Syariah semester 6 sangat aktif menggunakan media sosial karena telah terbukti dengan adanya hasil persentase 58,9% 43 orang yang memilih pilihan ini.

Biasanya responden sering membuka media sosial untuk mencari hiburan disaat dia merasa jenuh, ada juga yang menggunakan media sosial untuk menambah wawasan pengetahuan, dan ada juga yang memperdalam pengetahuan keagamaan, misalnya menonton ceramah. Dalam hasil penelitian angket yang peneliti dapat itu responden lebih banyak memilih mereka membuka media sosial untuk menambah wawasan pengetahuannya dimana 41 orang yang memilih kategori ini yang berpresentase 56,2%.

Dalam perilaku keagamaan mereka juga memiliki dampak karena media sosial ini (Makhmudah, 2019), seperti sholat mereka, sholat adalah kewajiban sebagai umat muslim maka dari peneliti memberi pertanyaan kepada responden dan hasilnya itu responden banyak memilih tidak mau meninggalkan sholat walau sedang asyik membuka media sosial, tapi tak dipungkiri ada dari 13 orang dari responden meninggalkan kewajibannya karena media sosial.

Peneliti menyimpulkan bahwa dampak media sosial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa semester 6 Perbankan Syariah berdampak karena dari hasil yang didapatkan dari survey angket berdampak terhadap perilaku keagamaan mereka, seperti sholat ada dari beberapa persen mereka yang masih meninggalkan sholat karena main media sosial, mengabaikan orang sekitar juga, kurangnya solidaritas dan moral beberapa mahasiswa sekarang karena sudah menggunakan media sosial (Haqqi & Wijayati, 2019)

Bagi sebagian remaja, media sosial merupakan fasilitas untuk mencari informasi penting yang dibutuhkan. Luasnya informasi justru terkadang membawa dampak negatif bagi perkembangan remaja, khususnya Perilaku keagamaan yang kian merosot. Dampak terhadap perilaku keagamaan mereka, seperti dampak negatifnya dalam segi pergaulan, bersikap, cara berpenampilan ke sekolah yang kadang-kadang ada beberapa dari mereka melanggar aturan berpakaian, sering mengulur-ulur waktu untuk sholat, bahkan banyak diantara mereka lupa dengan kewajiban beribadah karena lebih fokus dengan kegiatan mereka dalam mengakses

internet di bidang media sosial. Hal tersebut tentu menjadi masalah yang harus di perhatikan dalam dunia pendidikan.

Sebagaimana rumusan masalah yang di kemukakan di atas, maka tujuan penelitian yang akan di capai dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh media sosial TikTok di SMK Nurul Iman Jakarta. Untuk mengetahui tingkat perilaku keagamaan peserta didik di SMK Nurul Iman Jakarta. Untuk mengetahui pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku keagamaan peserta didik di SMK Nurul Iman Jakarta.

**METODE PENELITIAN**

Jenis Penelitian ini merupakan penilitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah descriptive analitic corelation karena metode penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya pengaruh dan apabila ada pengaruhnya, berapa besar pengaruhnya media sosial tik tok terhadap perilaku keagamaan peserta didik di SMK Nurul Iman Jakarta (Sugiyono, 2013).

Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dari sumber data primer dan sekunder. Data primer diambil dari peserta didik SMK Nurul Iman Jakarta dengan mengamati langsung dan juga melalui instrument penelitian, instrument yang dipakai dalam penelitian ini adalah angket. Sedangkan data sekunder data yang tidak langsung diambil dilapangan seperti profile sekolah.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**. Tabel 1 Descriptive Statistics**

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Perilaku Keagamaan	76.23	3.691	26
Media Sosial	72.04	4.441	26

Berdasarkan perhitngan menggunakan SPSS, maka dapat diketahui nilai rata-rata (mean) dari dua variabel tersebut yaitu variabel X (Media Sosial) dengan nilai rata-rata 84,62 dibulatkan 85 dan variabel Y (Perilaku Keagamaan) dengan nilai rata-rata 83,73 dibulatkan 84. Sedangkan dalam menggunakan perhitungan statistic parametric.

**Tabel 2 Model Summary**

Model Summary									
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
				R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.287 <sup>a</sup>	.083	3.608	.083	2.161	1	24		.155

a. Predictors: (Constant), Media Sosial

**R Disebut Juga Dengan Koefisien Korelasi**

Nilai R menerangkan tingkat hubungan variabel independent X terhadap variabel dependent Y. berdasarkan table di atas dapat diketahui nilai koefisien korelasi sebesar 0,535 hasil ini sesuai dengan perhitungan statistic parametrik yang berarti pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Keagamaan sebesar 53,5%.

### R Square disebut Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan beberapa variasi Y yang disebabkan oleh variabel X. dari tabel dia atas dapat dibaca nilai square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,286. Nilai koefisien diterminasi dapat dihasilkan dengan mengkuadratkan nilai korelasi  $0,535^2 = 0,286$  atau 28,6%. Hal ini berarti bahwa variasi yang terjadi dalam pengaruh Media Sosial 28,6% disebabkan oleh Perilaku Keagamaan peserta didik dan sisanya 71,4% (100% - 28,7%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Atau dengan kata lain besarnya pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Keagamaan Peserta didik sebesar 28,6%. Adapun sisanya yaitu 71,4% merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi Media Sosial terhadap Perilaku Keagamaan.

**Tabel 3 Correlations**

Correlations			
		Perilaku Keagamaan	Media Sosial
Pearson Correlation	Perilaku Keagamaan	1.000	.287
	Media Sosial	.287	1.000
Sig. (1-Tailed)	Perilaku Keagamaan	.	.077
	Media Sosial	.077	.
N	Perilaku Keagamaan	26	26
	Media Sosial	26	26

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai korelasi yang dihasilkan adalah sebesar 0,535 atau 53,5% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Media Sosial teradap Perilaku Keagamaan peserta didik.

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh koefisien antara hasil penilaian kuesioner Pengaruh Media Sosial teradap Perilaku Keagamaan sebesar 0.535 atau 53,5%. Untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel yang diteliti, ada dua cara menginterpretasikannya, yaitu:

### Angka indeks korelasi product moment

**Tabel 4 Angka Indeks Korelasi Product Moment**

Besarnya "r" <i>Product Moment r<sub>xy</sub></i>	Interpretasi
0,00-0,20	Antara variabel X dan variabel Y memang terdapat korelasi, akan tetapi korelasinya sangat lemah atau sangat rendah, sehingga korelasi itu diabaikan. (dianggap tidak ada korelasi antara variabel X dan variabel Y).
0,20-0,40	Antara variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang lemah, atau sangat rendah.
0,40-0,70	<b>Antara variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang sedang, atau cukup</b>
0,70-0,90	Antara variabel X dan Variabel Y terdapat korelasi yang kuat, atau tinggi.
0,90-1,00	Antara variabel X dan variabel Y terdapat korelasi yang sangat kuat, atau sangat tinggi

Dari perhitungan di atas, telah berhasil diperoleh  $r_{xy}$  sebesar 0,535. Jika diperhatikan, maka angka indeks korelasi yang telah peneliti peroleh itu bertanda positif. Ini berarti korelasi antara variabel X (Media Sosial) dan variabel Y (Perilaku Keagamaan) ada Pengaruh Media sosial teradap Perilaku Keagamaan.

Artinya Pengaruh Media Sosial teradap Perilaku Keagamaan, apabila dilihat  $r_{xy}$  yang diperoleh yaitu 0,535 ternyata terletak antara 0,40 - 0,70 berdasarkan pedoman yang terdapat pada tabel. Sehingga dapat dinyatakan bahwa antara korelasi variabel X dan Variabel Y adalah korelasi yang tergolong sedang atau cukup.

Memberikan interpretasi terhadap angka indeks korelasi “r” product moment, dengan jalan melihat pada tabel nilai “r” product moment. Untuk melihat pengaruh model dua variabel, maka penelitian merumuskan hipotesis alternative ( $H_a$ ) dan hipotesis nihil ( $H_0$ ), hipotesis itu sebagai berikut:

1. Hipotesis Nihil ( $H_0$ ): Diduga tidak ada Pengaruh Media Sosial teradap Perilaku Keagamaan.
2. Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ): Diduga terdapat Pengaruh Sarana Prasarana Dalam Meningkatkan Hasil Belajar.

Untuk menguji hipotesis di atas perlu dibuktikan dengan cara membandingkan “r” yang diperoleh melalui perhitungan atau “r” observasi ( $r_o$ ) dengan besarnya “r” yang tercantum dalam Tabel Nilai “r” Product Moment ( $r_t$ ), terlebih dahulu mencari derajat bebas ( $df$ ) atau *degrees of freedom* yang rumusnya sebagai berikut:

$$df = N - nr$$

Keterangan :

Df : *degrees of freedom*

N : number of cases

nr : banyaknya variabel yang di korelasikan

Peserta didik yang menjadi sampel penelitian disini adalah 26, dengan demikian  $N = 26$ . Variabel yang dicari korelasinya adalah variabel X dan Y, jadi  $nr = 1$ . Dengan mudah dapat diperoleh  $df$ -nya yaitu:  $26 - 1 = 25$ .

Berkonsultasi kepada Tabel Nilai “r” Product Moment, maka dapat diketahui bahwa  $df$  sebesar 56, diperoleh “r” Product Moment pada taraf signifikan 5% = 0,396 dan signifikan 1% = 0,505, membandingkan besarnya “ $r_o$ ” dengan “ $r_t$ ” seperti yang diketahui  $r_o$  yang peneliti peroleh adalah = 0,535 sedangkan  $r_t$  masing-masing 0,396 dan 0,505.

Dengan demikian ternyata  $r_o > r_t$  baik taraf signifikan 5 % atau 1 %, maka Hipotesis Nihil ( $H_0$ ) DITOLAK, sedangkan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) DITERIMA atau DISETUJUI, artinya ada Pengaruh Media Sosial teradap Perilaku Keagamaan peserta didik

Media Sosial kini telah menjadi suatu kebutuhan yang cukup sulit dipisahkan dari peserta didik, Sering dan bahkan hampir pada setiap waktu hingga telah begitu banyak waktu yang dipakai untuk melakukan komunikasi melalui media sosial, sebagai wujud eksistensi mereka dalam komunitasnya (Rosyidah & Ismeirita, 2023). Manfaat lainnya adalah siswa dapat menggunakan media sosial sebagai sumber informasi untuk tugas sekolahnya, bahkan ada yang dapat menggunakannya sebagai media untuk kegiatan bisnis. Hal tersebut yang

membuat media sosial menjadi suatu kebutuhan yang cukup sulit dipisahkan dari peserta didik.

Media Sosial terdapat pengaruh yang berdampak Positif dan Negatif dalam penggunaannya berdasarkan dengan cara pengguna dalam menggunakan media sosialnya, bila pengguna menggunakan media sosial dengan bijak untuk perilaku positif seperti menggunakannya untuk membangun jaringan atau sebuah komunitas yang memberikan manfaat, digunakan untuk mendapatkan bahan pembelajaran, digunakan untuk berwirausaha dan lainnya hal-hal yang positif maka pengaruh positif akan didapatkan user, tetapi apabila pengguna menggunakannya tidak bijak untuk suatu hal yang menyimpang seperti digunakan untuk mengakses konten negatif, melakukan hack, melakukan plagiarisme, melakukan penipuan dan lainnya hal-hal yang negatif maka pengaruh negatif yang didapat oleh penggunaannya.

Kondisi yang sering ditemukan terkait perilaku keagamaan ini berasal dari media sosial (Irawan & Nastasya, 2023). Solusi untuk menjaga serta melindungi peserta didik dalam penggunaan media sosial (Saifuddin, 2019). Berikut beberapa solusi agar siswa dan remaja dapat terjaga dan terlindungi dalam penggunaan media sosial:

1. Menyelenggarakan Pendidikan Agama Islam di sekolah secara teratur, serius dan komprehensif, dengan Pendidikan Agama menjadi memiliki landasan yang kuat untuk setiap manusia dan dengan Pendidikan Agama manusia dapat terus berusaha dan berupaya untuk dirinya selalu melakukan semua hal baik.
2. Menjalin Komunikasi antara sekolah dengan orang tua agar dalam bermedia sosial peserta didik dapat dimonitor dan dikendalikan, serta didorong untuk menggunakan media sosial dengan bijak dan positif sehingga yang akan dihasilkan perilaku yang positif.

Berdasarkan data yang peneliti kumpulkan dan dianalisis secara teliti dan cermat, kemudian melakukan pembahasan lebih lanjut terhadap analisis data. Bahwa terdapat pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Keagamaan di SMK Nurul Iman sebesar 0,535. Hasil tersebut didapatkan Pengaruh Media Sosial Sedang atau Cukup terhadap Perilaku Keagamaan peserta didik.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Peserta didik di SMK Nurul Iman Jakarta, secara singkat dapat peneliti simpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Siswa kelas X, XI dan XII di SMK Nurul Iman Jakarta. Berdasarkan hasil analisis besarnya Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Peserta didik di SMK Nurul Iman Jakarta tergolong sedang atau cukup yaitu sebesar 0,535 atau 53,5%. Hal ini dapat dilihat dari analisis hasil uji coba instrument penelitian dan perhitungan dengan hasil "ro" sebesar 0,535 maka hasil tersebut lebih besar dari pada "rt" taraf signifikan 5% = 0,396 dan taraf signifikan 1% = 0,505 dengan demikian dapat diketahui bahwa  $r_o > r_t$  baik pada signifikan 5% atau 1% maka Hipotesis Nihil ( $H_o$ ) DITOLAK, sedangkan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) DITERIMA atau DISETUIJUI, artinya terdapat pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Keagamaan Peserta didik di SMK Nurul Iman Jakarta. Kondisi yang sering ditemukan terkait perilaku keagamaan

ini berasal dari media sosial. Solusi untuk menjaga serta melindungi peserta didik dalam penggunaan media sosial. Berikut beberapa solusi agar siswa dan remaja dapat terjaga dan terlindungi dalam penggunaan media sosial. Menyelenggarakan Pendidikan Agama Islam di sekolah secara teratur, serius dan komprehensif, dengan Pendidikan Agama menjadi memiliki landasan yang kuat untuk setiap manusia dan dengan Pendidikan Agama manusia dapat terus berusaha dan berupaya untuk dirinya selalu melakukan semua hal baik. Menjalinkan Komunikasi antara sekolah dengan orang tua agar dalam bermedia sosial, peserta didik dapat dimonitor dan dikendalikan, serta didorong untuk menggunakan media sosial dengan bijak dan positif sehingga yang akan dihasilkan perilaku yang positif.

### BIBLIOGRAFI

- Ahdiyanti, Istika, & Waluyati, Ida. (2021). Perilaku Keberagamaan Dan Fenomena Media Sosial Tik-Tok Pada Generasi Z. *Sosioreligius: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, 6(2), 74–83.
- Aji, Wisnu Nugroho. (2018). Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 431(2), 431–440.
- As, Surokim. (2017). Internet, Media Sosial, Dan Perubahan Sosial Di Madura. *Madura: Prodi Komunikasi Fisib Univ. Trunojoyo Madura*.
- Efriania, Ni Luh Elia, & Yasini, Ketut. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Hindu Di Kota Palu. *Widya Genitri: Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama Dan Kebudayaan Hindu*, 15(1), 70–84.
- Ghaisani, Nabila. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Di Kecamatan Blangkejeren. *An-Nadwah*, 27(2), 6–20.
- Haqqi, Halifa, & Wijayati, Hasna. (2019). *Revolusi Industri 4.0 Di Tengah Society 5.0: Sebuah Integrasi Ruang, Terobosan Teknologi, Dan Transformasi Kehidupan Di Era Disruptif*. Anak Hebat Indonesia.
- Hasmawati, Mahdar. (2024). Transformasi Karakter Siswa Melalui Interaksi Media Sosial Tiktok. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(2), 211–216.
- Irawan, Dodi, & Nastasya, Rahayudiyah. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Prilaku Keagamaan Peserta Didik. *Pengertian: Jurnal Pendidikan Indonesia (Pjpi)*, 1(1), 39–48.
- Jayanata, Gustafian. (2022). *Dampak Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Siswa Sekolah Dasar Negeri 42 Di Desa Padang Peri Kecamatan Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma*. Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Makhmudah, Siti. (2019). *Medsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*. Guepedia.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017*.
- Permatasari, Veby Intan, Apriyanto, Panji, Putra, Metta Ayudha, & Asih, Situ. (2023). Penggunaan Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Di Desa Jendi, Kecamatan Girimarto. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 1135–1142.
- Rosyidah, Aulia Nurul, & Ismeirita, Ismeirita. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pembentukan Karakter Peserta Didik (Studi Kasus Di Smpn 20 Bekasi). *Research And Development Journal Of Education*, 9(1), 34–44.
- Saifuddin, Ahmad. (2019). *Psikologi Agama: Implementasi Psikologi Untuk Memahami*



*Perilaku Agama. Kencana.*

Siregar, Ainun Adilah. (2021). *Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Iain Padangsidempuan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Sugiyono, Dr. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

---

**Copyright holder:**

Mugiyono, Reza Afifatul Janah (2024)

**First publication right:**

[Syntax Idea](#)

**This article is licensed under:**

