

**PERSEPSI DAN PENGARUH BELAJAR ILMU AGAMA  
ISLAM MELALUI SOSIAL MEDIA YOUTUBE DAN  
INSTAGRAM TERHADAP RELIGIOSITAS MAHASISWA  
JURUSAN PENDIDIKAN BIOLOGI UIN SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**



Oleh:

**SHELLY ALVAREZA ZAZKIA**

NIM.20204011005

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
TESIS

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah & Keguruan  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Magister Pendidikan (M.Pd)  
Program Studi Magister PAI

**YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shelly Alvareza Zazkia S.Pd  
NIM : 20204011005  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Pendidikan Agama Islam

menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagiannya yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 6 April 2022

Saya yang menyatakan



Shelly Alvareza Zazkia S.Pd

NIM. 20204011005

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shelly Alvareza Zazkia S.Pd  
NIM : 20204011005  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Pendidikan Agama Islam

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi.

Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 6 April 2022

Saya yang menyatakan



METERAL  
TEMPEL  
3000  
973AJX709347901

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Shelly Alvareza Zazkia S.Pd  
NIM. 20204011005



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513056 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1458/Un.02/DT/PP.00.9/06/2022

Tugas Akhir dengan judul : PERSEPSI DAN PENGARUH BELAJAR ILMU AGAMA ISLAM MELALUI SOSIAL MEDIA YOUTUBE DAN INSTAGRAM TERHADAP RELIGIOSITAS MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN BIOLOGI UTN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SHELLY ALVAREZA ZAZKIA, S.Pd  
Nomor Induk Mahasiswa : 20204011005  
Telah ditujikan pada : Senin, 06 Juni 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Dr. Siti Fatonah, S.Pd., M.Pd  
SIGNED

Valid ID: 62aa9f1beab0a



Penguji I  
Prof. Dr. Abdul Munip, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 62aa4ddccb62



Penguji II  
Dr. Syahrul Ramadhan, S.Pd, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 62aa9391c48a4



Yogyakarta, 06 Juni 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 62aa682c128a

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI**

**UJIAN TESIS**

Tesis Berjudul :

PERSEPSI DAN PENGARUH BELAJAR ILMU AGAMA ISLAM MELALUI SOSIAL MEDIA YOUTUBE  
DAN INSTAGRAM TERHADAP RELIGIOSITAS MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN BIOLOGI  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Nama : Shelly Alvareza Zazkia  
NIM : 20204011005  
Program Studi : Pendidikan Agama Islam  
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Telah disetujui tim penguji munaqosyah

Ketua/Pembimbing : Dr. Hj. Siti Fatonah, M. Pd.

(  )

Sekretaris/Penguji I : Prof. Dr. H. Abdul Munip, M. Ag.

(  )

Penguji II : Dr. Syahrul Ramadhan, M. Pd.

( )

Diuji di Yogyakarta pada :

Tanggal : 6 Juni 2022

Waktu : 09.00 - 10.00 WIB

Hasil : A (95)

IPK : 3,88

Predikat : Pujian (Cum Laude)

\*coret yang tidak perlu

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yang Terhormat,  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

Setelah melakukan bimbingan, arahan serta koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul **“Persepsi Dan Pengaruh Belajar Ilmu Agama Islam Melalui Sosial Media Youtube Dan Instagram Terhadap Religiositas Mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”** yang ditulis oleh:

Nama : Shelly Alvareza Zazkia S.Pd

NIM : 20204011005

Jenjang : Magister (S2)

Program Studi : Pendidikan Agama Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Magister (S2) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd).

*Wassalamualikum Warrahmatullahi Wabarokatuh*

Yogyakarta, 6 April 2022

Pembimbing

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

*Siti Fatmah*  
Dr. Hj. Siti Fatmah, M.Pd  
NIP: 19710205 199903 2 00

## SURAT KETERANGAN BERJILBAB

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shelly Alvareza Zazkia S.Pd

NIM : 20204011005

Jenjang : Magister

Program Studi : Pendidikan Agama Islam

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa pas foto yang diserahkan dalam pendaftaran munaqosyah ini adalah foto saya yang menggunakan jilbab. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran, jika pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima resiko yang telah ditetapkan.

*Wassalammualikum Warrahmatullahi Wabarokatuh*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 6 April 2022

Saya yang menyatakan



Shelly Alvareza Zazkia S.Pd

NIM.20204011005

## MOTTO

من يرد الله به خيرا يفقهه في الدين

*“Barangsiapa yang Allah inginkan kebaikan padanya, maka Allah akan pahami ia dalam masalah agama (ini).” (HR. Al-Bukhari dan Muslim).<sup>1</sup>*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>1</sup> Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Kumpulan Hadist Shahih Bukhari dan Muslim*, (Semarang: Pustaka Nuun, 2012), hlm. 552.



## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tesis ini sembahkan untuk:

Program Magister Pendidikan Agama Islam  
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan sekalian alam yang Maha Esa dan Maha Kuasa. Dengan semangat tulus ikhlas, mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala yang telah diberikan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan tesis yang berjudul **“Persepsi dan Pengaruh Belajar Ilmu Agama Islam Melalui Sosial Media Youtube Dan Instagram Terhadap Religiositas Mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”**. Sholawat dan salam semoga senantiasa Allah SWT curahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat serta para pengikut beliau hingga hari akhir. Sebagai wujud syukur, ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd., selaku Dekan FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Prof. Dr. H. Mahmud Arif, M.Ag., selaku Ketua Program Studi Magister PAI FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Prof. Dr. Abdul Munip, S.Ag, M.Ag., selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta bimbingan kepada peneliti selama proses perkuliahan hingga saat ini.
5. Ibu Dr. Hj. Siti Fatonah, M. Pd., selaku dosen pembimbing tesis atas kesabaran dan ketulusannya dalam membimbing dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat sehingga penyusunan tesis ini dapat terselesaikan.

6. Segenap jajaran dosen Prodi Magister Pendidikan Agama Islam Pascasarjana yang telah memberikan ilmunya dengan penuh keikhlasan, kesabaran, dan bertanggung jawab kepada peneliti hingga akhir studi.
7. Keluarga besar Prodi Magister Pendidikan Agama Islam Pascasarjana yang telah menemani peneliti berjuang dalam proses perkuliahan hingga akhir.
8. Keluarga besar Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga, yang telah bersedia menjadi responden penelitian dan membantu suksesnya penelitian ini.
9. Kedua orang tua Bapak H. Sasmita Adi dan Ibu Hj. Endang Murdiningsih yang selalu memberikan semangat, motivasi, serta doa kepada ananda dalam penyusunan tesis dan kehidupan seluruhnya.

Yogyakarta, 9 Februari 2022

Penyusun

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

  
**Shelly Alvareza Zaskia**  
**NIM. 20204011005**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Hā'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Žāl	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es

س	Syīn	Sy	es dan ye
ص	ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāw	W	W
هـ	hā'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	yā'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

### 1. Bila dimatikan ditulis

Semua tá' marbútah ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal maupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	ḥikmah
علة	Ditulis	‘illah
كرامة الأُولياء	Ditulis	karāmah al-auliyā’

### 2. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis.

زكاة الفطر	Ditulis	zakātul fitri
------------	---------	---------------

## C. Vokal Pendek dan Penerapannya

◌َ	Ditulis	A
◌ِ	Ditulis	I
◌ُ	Ditulis	U

فعل	Ditulis	fa'ala
ذكر	Ditulis	Ẓukira
يذهب	Ditulis	Yazhabu

#### D. Vokal Panjang

fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	Jāhiliyyah
fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
تنس	Ditulis	Tansā
kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
كريم	Ditulis	Karīm
dhammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	furūd

#### E. Vokal Rangkap

fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	Bainakum
fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	Qaul

#### F. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	Ditulis	A'antum
-------	---------	---------

أعدت	Ditulis	U'iddat
لئن شكرتم	Ditulis	La'in syakartum

### G. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti Huruf Qamariyyah, ditulis dengan Menggunakan Huruf Awal "al."

القرآن	Ditulis	al-Qur'ān
القياس	Ditulis	al-Qiyās

2. Bila Diikuti Huruf Syamsiyyah Ditulis Sesuai dengan Huruf Pertama Syamsiyyah Tersebut.

السماء	Ditulis	al-Samā'
الشمس	Ditulis	al-Syams

- H. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat Ditulis Menurut Penulisannya.

نوى الفروض	Ditulis	ẓawī al-furūdh
أهل السنة	Ditulis	ahl al-sunnah



## ABSTRACT

**Shelly Alvareza Zazkia:** Perceptions and Effects of Learning Islamic Studies through Social Media YouTube and Instagram on the Religiosity of Biology Education Department Students at UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

This research is motivated by the existence of PAI learning in Biology Education which is related to the development of science and technology, almost all students have cellphones and use social media. From this phenomenon, this study aims to find out what types of content (social media) are often accessed to learn Islamic religious knowledge and to examine the relationship between learning Islamic religious knowledge through YouTube and Instagram social media together with student religiosity.

This study uses a mix-method, namely qualitative and quantitative approaches. Subjects used as respondents were 95 students. The study used a sample determined by the Random Sampling technique from a total population of 238 Biology Education students. Data collection techniques used interviews and closed questionnaires. The data analysis technique used simple linear regression analysis and multiple linear regression analysis which was processed with the help of a computer program SPSS version 23 for windows.

The results of this study: (1) The types of social media content on YouTube and Instagram that are often accessed by students to study Islamic religious knowledge are content that can increase their faith and knowledge of Islamic religious sciences. The YouTube social media accessed are the Al-Bahjah TV channel and the Islam Itu Indah Official channel. The Instagram accounts are @okisetianadewi and @ahilmanfauzi. YouTube and Instagram are strong enough attractions to increase interest in learning Islamic religion. YouTube and Instagram make it easier for students to find the material they want to find the truth and focus on exploring it again with famous clerics. (2) Learning Islamic religious knowledge through YouTube social media has an influence on religiosity with a correlation/relationship value (R) of 0.706, which means it is in the strong/high category because it is located between 0.70 - < 0.90. Learning Islamic religion through social media Instagram on religiosity with a correlation value (R) of 0.384, which means it is in the low category because it is located between 0.20 - < 0.40. Learning Islamic religion through social media YouTube and Instagram simultaneously (together) has a significant effect on student religiosity with a correlation/relationship value (R) of 0.593, included in the moderate/enough category because it is located between 0.40 - < 0, 70. While the remaining 64.9% is assumed to be influenced by other variables outside of this study.

**Keywords:** Learning Islamic Religion, YouTube Social Media, Instagram Social Media, Religiosity.

## ABSTRAK

**Shelly Alvareza Zazkia:** Persepsi dan Pengaruh Belajar Ilmu Agama Islam Melalui Sosial Media YouTube dan Instagram Terhadap Religiositas Mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pembelajaran PAI di Pendidikan Biologi yang berkaitan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi hampir semua mahasiswa mempunyai handphone dan menggunakan sosial media. Dari fenomena tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis konten (sosial media) apa yang sering diakses untuk belajar ilmu agama Islam serta menguji keterkaitan belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dan Instagram secara bersama-sama dengan religiositas mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan metode *mix-method* yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Subjek yang dijadikan responden 95 mahasiswa. Penelitian menggunakan sampel yang ditentukan melalui teknik *Random Sampling* dari jumlah populasi seluruh mahasiswa Pendidikan Biologi yang berjumlah 238 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan angket tertutup. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier ganda yang diolah dengan bantuan komputer program SPSS versi 23 *for windows*.

Hasil penelitian ini: (1) Jenis content sosial media YouTube dan Instagram yang sering diakses oleh mahasiswa untuk belajar ilmu agama Islam adalah konten yang dapat meningkatkan iman dan pengetahuan mereka akan ilmu-ilmu agama Islam. Sosial media YouTube yang diakses adalah channel Al-Bahjah TV dan channel Islam Itu Indah Official. Adapun akun Instagram adalah @okisetianadewi dan @ahilmanfauzi. YouTube dan Instagram menjadi daya tarik cukup kuat untuk meningkatkan minat belajar ilmu agama Islam. YouTube dan Instagram lebih memudahkan mahasiswa dalam mencari bahan yang ingin mereka cari kebenarannya dan fokus mendalami lagi dengan ustaz-ustaz terkenal. (2) Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube mempunyai pengaruh terhadap religiositas dengan nilai korelasi/hubungan (R) yaitu 0,706, yang mengandung arti dalam kategori kuat/tinggi karena terletak antara  $0,70 < 0,90$ . Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media Instagram terhadap religiositas dengan nilai korelasi/hubungan (R) yaitu 0,384, yang mengandung arti dalam kategori rendah karena terletak antara  $\geq 0,20 < 0,40$ . Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dan Instagram secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap religiositas mahasiswa dengan nilai korelasi/hubungan (R) sebesar 0,593, termasuk dalam kategori sedang/cukup karena terletak antara  $\geq 0,40 < 0,70$ . Sedangkan sisanya sebesar 64,9% diasumsikan dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci:** Belajar Ilmu Agama Islam, Sosial Media YouTube, Sosial Media Instagram, Religiositas.

## DAFTAR ISI

COVER .....	I
PERNYATAAN KEASLIAN.....	II
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	II
PENGESAHAN .....	IV
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	IV
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	VI
SURAT KETERANGAN BERJILBAB .....	IVII
MOTTO.....	VIII
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	IX
KATA PENGANTAR .....	X
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	XIII
ABSTRACT.....	XVIII
ABSTRAK .....	XVIII
DAFTAR TABEL.....	XXII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XXIII
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan masalah.....	13
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
D. Kajian Pustaka.....	16
E. Kajian Teori .....	21
F. Hipotesis Penelitian.....	51
G. Metode Penelitian .....	52
H. Sistematika Pembahasan .....	66
BAB II GAMBARAN UMUM MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN BIOLOGI UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA .....	67
A. Profil Program Studi Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga .....	67
B. Grafik Data Mahasiswa Jurusan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.	68
C. Kondisi Umum Mahasiswa Jurusan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.....	69

<b>BAB III PERSEPSI MAHASISWA BELAJAR ILMU AGAMA MELALUI SOSIAL MEDIA YOUTUBE DAN INSTAGRAM CONTENT PAI.....</b>	<b>74</b>
A. Pengalaman dan Permasalahan Mahasiswa Belajar Ilmu Agama Islam Melalui Sosial Media YouTube dan Instagram Terhadap Religiositas .....	74
B. Persepsi Mahasiswa Jurusan Biologi UIN SUKA Terkait Dengan Dampak Setelah Belajar Ilmu Agama Islam Menggunakan Sosial Media Youtube Dan Instagram. ....	78
C. Minat Mahasiswa Jurusan Biologi UIN SUKA Dalam Menggunakan Media Sosial YouTube dan Instagram.....	82
<b>BAB IV PENGARUH BELAJAR ILMU AGAMA ISLAM MELALUI SOSIAL MEDIA YOUTUBE DAN INSTAGRAM TERHADAP RELIGIOSITAS MAHASISWA.....</b>	<b>95</b>
A. Analisis Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	96
B. Deskripsi Data .....	100
C. Pengaruh Antara Belajar Ilmu Agama Islam Melalui Sosial Media Youtube (X1) Dan Instagram (X2) Secara Simultan Dengan Religiositas (Y). ....	106
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>110</b>
A. Kesimpulan.....	110
B. Saran.....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>121</b>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	:Kisi-kisi Soal Wawancara Permasalahan Mahasiswa
Tabel 2	:Kisi-kisi Soal Wawancara Persepsi Mahasiswa
Tabel 3	:Kisi-kisi Soal Wawancara Minat Mahasiswa
Tabel 4	:Kisi-kisi Skala Sosial Media YouTube
Tabel 5	:Kisi-kisi Skala Sosial Media Instagram
Tabel 6	:Kisi-kisi Skala Religiositas
Tabel 7	:Skor Penilaian
Tabel 8	:Grafik Data Mahasiswa Jurusan Biologi UIN Sunan Kalijaga
Tabel 9	:Daftar Usia, Semester Dan Latar Belakang Responden
Tabel 10	:Pengalaman Belajar Melalui Sosial Media YouTube Dan Instagram
Tabel 11	:Persepsi Mahasiswa Belajar Melalui Sosmed YouTube Dan Instagram
Tabel 12	:Minat Mahasiswa Belajar Melalui Sosmed YouTube Dan Instagram
Tabel 13	:Grafik Persentase Mahasiswa Pengguna Sosial Media YouTube
Tabel 14	:Grafik Persentase Mahasiswa Pengguna Sosial Media Instagram
Tabel 15	:Bagan Persentase Pengguna Sosmed YouTube Dan Instagram
Tabel 16	:Daftar Channel YouTube Berdasarkan Wawancara Responden
Tabel 17	:Daftar Akun Instagram Berdasarkan Wawancara Responden
Tabel 18	:Analisis Faktor
Tabel 19	:Comunalities
Tabel 20	:Uji Reliabilitas Variabel Sosial Media YouTube
Tabel 21	:Uji Reliabilitas Variabel Sosial Media Instagram
Tabel 22	:Uji Reliabilitas Variabel Religiositas
Tabel 23	:Bagan Persentase Pengguna Sosmed YouTube Dan Instagram
Tabel 24	:Uji Normalitas
Tabel 25	:Uji Linieritas
Tabel 26	:Uji Multikolinieritas
Tabel 27	:Uji Heteroskedastisitas
Tabel 28	:Nilai F Hitung Dan Sig. Variabel XI Dan X2 Dengan Y
Tabel 29	:Nilai T Dan Sig. Variabel XI Dengan Y
Tabel 30	:Nilai T Dan Sig. Variabel X2 Dengan Y
Tabel 31	:Koefisien Diterminasi

## DAFTAR LAMPIRAN

- I. Angket Penelitian
- II. Transkrip Wawancara
- III. Dokumentasi Hasil Wawancara
- IV. Data Penelitian Angket
  - a. Variabel Sosial Media YouTube
  - b. Variabel Sosial Media Instagram
  - c. Variabel Religiositas
- V. Output Data SPSS
  - a. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Sosial Media YouTube
  - b. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Sosial Media Instagram
  - c. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Religiositas
  - d. Hasil Uji Normalitas
  - e. Hasil Uji Linieritas
  - f. Hasil Uji Multikolinieritas
  - g. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X1-Y
  - h. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X2-Y
  - i. Hasil Uji Regresi Ganda X1 dan X2-Y
- VI. Surat Izin Penelitian
- VII. *Curriculum Vitae*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Religiositas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan, perasaan, serta perilaku keagamaan dalam diri seseorang.<sup>2</sup> Religiositas merupakan salah satu faktor utama dalam hidup dan kehidupan. Individu dengan religiositas yang tinggi paling tidak memiliki sejumlah pengetahuan akan ajaran agamanya termasuk aturan peribadatan yang menjadi pegangan individu ketika akan melaksanakan ibadah. Perilaku menjalankan apa yang diperintahkan dan menjauhi apa yang dilarang oleh agama akan memberikan rasa dekat dengan Tuhan, rasa bahwa doa-doa yang dipanjatkan selalu dikabulkan, rasa tenang, dan sebagainya. Sehingga, perilaku keseharian individu benar-benar mencerminkan ajaran agamanya.<sup>3</sup>

Seseorang yang memiliki tingkat religiositas yang kuat akan mampu menjalankan semua yang terkandung dalam ajaran agamanya, dan menjadi sebuah paradigma moral yang sangat efektif dan menjadi kendali bagi manusia atas semua keyakinan, pembicaraan, sikap, perilaku, bahkan apa yang terlintas dalam benak pikirannya.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Islam (Jakarta: Raja Grafindo, 1966), hlm. 133

<sup>3</sup> Jalaluddin, Psikologi Agama (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 247-249.

<sup>4</sup> Rosleny Marliani, "Hubungan antara Religiusitas dengan Prestasi Belajar pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2012", *Jurnal Psikologi Integratif* Vol. 4 No. 2, 2016, hlm. 140.

Pelaksanaan pelajaran agama Islam di perguruan tinggi telah diwajibkan sejak tahun 1966.<sup>5</sup> Tujuannya adalah ingin membentuk mahasiswa agar menciptakan pribadi yang saleh, menciptakan kebaikan untuk dirinya maupun masyarakat, baik berkaitan dengan aspek ibadah maupun mu'amalah.<sup>6</sup> Oleh karena itu, mahasiswa yang tingkat religiositasnya tinggi adalah mahasiswa yang memiliki kepribadian yang terikat erat dengan agama yang diyakininya. Pemahaman dan keyakinan ini yang menjadikan mahasiswa akan bersikap positif dan membentuk konsep diri yang positif pula.<sup>7</sup>

Peneliti memilih objek penelitian yaitu mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dikarenakan UIN merupakan instansi/lembaga pendidikan berlatarbelakang Islam dan menerapkan paradigma integrasi-interkoneksi. Sehingga para mahasiswa di dalamnya dituntut untuk mendapatkan dan memiliki pengetahuan keislaman yang cukup dan mampu memadukan dengan keilmuan sesuai jurusannya. Dengan begitu religiositas mereka akan meningkat.

Berdasarkan observasi peneliti menemukan bahwa masih rendahnya minat belajar agama mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang itu sangat berpengaruh terhadap

---

<sup>5</sup> Arifin, Muzayyin, *Kapita Selekta Pendidikan Islam*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 197

<sup>6</sup> Muhammad Zaki, "PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI PERGURUAN TINGGI UMUM BERBASIS MULTIKULTURALISME", *Jurnal Nur El-Islam*, Vol. 2, No. 1, April 2015, hlm. 45

<sup>7</sup> Alrieza Mufajri Sasmitho, "Hubungan Antara Religiusitas Dengan Konsep Diri Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas Negeri Yogyakarta Angkatan 2010", *Skripsi*, Program Studi Bimbingan Dan Konseling Jurusan Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta September 2013, hlm. 4



religiositas mereka. Berdasarkan wawancara dengan responden ditemukan beberapa sebab yang menjadikan minat belajar agama mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta rendah, diantaranya metode atau proses belajar di perkuliahan yang monoton sehingga menimbulkan kebosanan, materi atau ilmu agama yang diajarkan dalam kuliah hanya tentang hal-hal yang sudah tercantum dalam RPS sehingga tidak mencakup bahasan secara luas, kemudian jam belajar atau kuliah di kelas yang sangat terbatas. Berdasarkan beberapa sebab tersebut menjadikan proses belajar-mengajar di kelas hanya sekedar transfer informasi namun belum sampai masuk ke dalam ranah religiositas mereka.<sup>8</sup>

Mendapati masalah ini maka nilai-nilai ajaran agama Islam sangat penting untuk disampaikan kembali dengan lebih baik guna menumbuhkan kesadaran dan mengembangkan segi-segi kehidupan spiritual yang baik dan benar dalam rangka mewujudkan pribadi muslim seutuhnya.<sup>9</sup> Pertumbuhan pemikiran agama sejalan dengan pertumbuhan kecerdasan.<sup>10</sup> Berdasarkan hasil penelitian Khudiatul Chairuni tentang keaktifan belajar PAI berpengaruh terhadap religiositas peserta didik di SMP Bakti Mulya 400 Jakarta, dengan data pengaruhnya sebesar 34% dan 66% dipengaruhi

---

<sup>8</sup> Hasil Wawancara dengan beberapa responden mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

<sup>9</sup> Arifin, *Filsafat Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hlm. 120.

<sup>10</sup> Sururin, *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), Cet. ke-1, hlm.

oleh faktor lain.<sup>11</sup> Ini menunjukkan bahwa belajar ilmu agama sangat penting untuk meningkatkan religiositas seseorang.

Salah satu faktor yang mempengaruhi religiositas mahasiswa adalah sumber belajar ilmu agama yang digunakan melihat konteks, sekarang di mana teknologi semakin berkembang pesat, ilmu agama dapat dipelajari melalui sosial media YouTube, Instagram, Whatsapp, zoom, google meeting, dan sebagainya. Menurut Hana, “Seiring berjalannya internet, perkembangan sosial media pun merambat luas di masyarakat mulai dari anak usia sekolah dasar hingga dewasa.”<sup>12</sup>

Sosial media adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.<sup>13</sup> Aplikasi sosial media seperti facebook, whatsapp, instagram, twitter, google, dan YouTube selama ini dipandang masyarakat hanya sebagai media hiburan dan tidak digunakan untuk lebih dari pada itu. Padahal sosial media dapat digunakan untuk menyebarkan pesan dan ideologi tertentu yang jika penyebarannya dilakukan secara terus menerus dalam waktu yang lama akan memberikan efek dan pengaruh yang signifikan bagi masyarakat. Termasuk dalam menyebarkan pesan dan

---

<sup>11</sup> Khudiatul Chairuni, “Pengaruh Keaktifan Belajar PAI Terhadap Religiusitas Peserta Didik Di SMP Bakti Mulya 400 Jakarta”, *Skripsi*, Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2019, hlm. 61.

<sup>12</sup> Hana Nur Rahmawati, Muhammad Khabib, dan Hermanto, “Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial Dengan Motivasi Belajar Remaja”, *Jurnal Keperawatan Jiwa*, Vol. 5 No 2 November 2017, hlm. 77.

<sup>13</sup> Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, Cet. Ke-IV (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 11.

ideologi agama Islam menggunakan bantuan sosial media. Salah satu sosial media yang sedang populer dan sering diakses oleh masyarakat adalah sosial media YouTube.

Menurut Wikipedia YouTube adalah sosial media situs web yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton dari berbagi video. Berbagai macam konten video dapat diakses melalui YouTube termasuk didalamnya pendidikan, musik video, hobby, hiburan, hingga dakwah islami.

Pembelajaran ilmu agama Islam di era modern ini telah memperlihatkan banyak sekali yang diupload melalui sosial media. Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media dapat menjadi alternatif atau sebagai tambahan dari pembelajaran di kelas. Teknologi dapat menjadi faktor eksternal/luar yang dapat mempengaruhi minat belajar peserta didik. Hasil penelitian Ibdalsyah dkk mengungkapkan bahwa:

*Sosial media dapat mengembangkan dan meningkatkan konten pembelajaran. Pengguna dapat menggunakan sarana ini dengan berbagai manfaatnya untuk memberikan kontribusi yang positif. Salah satu kegunaan terpenting dari jejaring sosial adalah kemampuan untuk mengatur pembelajaran dengan menghubungkan berbagai ahli untuk berbagi pengetahuan, kegiatan, konsep, dll.<sup>14</sup>*

Sedangkan menurut Hatta dalam hasil penelitiannya menunjukkan fakta bahwa:

*Antusiasme remaja muslim Indonesia untuk mempelajari dan "mengaji" ilmu agama di sosialmedia menunjukkan bahwa di era*

---

<sup>14</sup> Ibdalsyah, Muhyani, Deni Zaini Mukhlis, "Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Kesadaran Beragama Sebagai Akibat Dari Pola Asuh Orang Tua Dan Peran Guru Di Sekolah, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 08 No. 02 Agustus 2019, hlm. 399.

*globalisasi saat ini, dengan perkembangan teknologi, gejala itu terus meningkat. Asumsi ini didasarkan pada sejumlah data survei dan penelitian tentang peningkatan jumlah pengguna Internet. Karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, diduga kuat bahwa remaja yang paling banyak mengakses internet adalah remaja muslim.<sup>15</sup>*

Melihat perkembangan teknologi di era digital sekarang ini, di mana semua dapat diakses secara cepat terjangkau oleh para pengguna sosial media.<sup>16</sup> Belajar melalui sosial media dapat dilakukan oleh mahasiswa dengan cara mereka mengakses YouTube lalu mengikuti kajian agama dengan berbagai ustaz/pengajar di dalamnya. Kemudian mahasiswa juga dapat belajar agama melalui *live* Instagram, dengan mendapati jadwal-jadwal kajian online melalui *group* Whatsapp, dan belakangan ini banyak digunakan aplikasi zoom dan gmeet untuk mengadakan kajian-kajian online.

Peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa responden mengenai pendapat dan proses belajar ilmu agama Islam melalui sosial media. Mereka menjelaskan bahwa:

*Saya lebih tertarik belajar melalui sosial media karena lebih fleksibel dan bebas memilih di pencarian akun YouTube dibanding di universitas karena lebih formal. Contoh biasa yang saya pakai di akun YouTube karena lebih memudahkan saya dalam mencari bahan yang ingin saya cari kebenarannya dan yang saya ingin gali lebih dalam lagi ilmu dan pemahamannya karena dikaji dan*

---

<sup>15</sup> M. Hatta, "Media Sosial sebagai Sumber keberagaman Alternatif Remaja dalam Fenomena *Cyberreligion*", *Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* Vol. 22 No. 1, 2018, hlm. 1.

<sup>16</sup> Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Diera Digital", *Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 03, No.2 (26 Oktober 2020), hlm. 341.

*dijelaskan secara detail dengan ustaznya yang sudah terkenal contoh Ustaz Abdul Somad dan Ustaz Maulana.<sup>17</sup>*

Responden lain menambahkan:

*Menurut saya lebih efektif belajar di sosial media karena dari segi waktu kita bebas kapan saja dan menentukan berapa lama durasi belajarnya, apalagi dalam keadaan pandemi seperti ini jadi lebih menghargai dengan peraturan protokol kesehatan dengan tidak bertemu bertatap secara langsung. Belajar ilmu agama dari sosial media juga dapat membantu menambah pengetahuan, asalkan sumber yang digunakan valid dan dari orang yang memang terpercaya misal dari ustaz terkenal seperti Ustaz Adi Hidayat dan ustaz khaliq basalamah. Disamping belajar dari sosial media, mungkin juga bisa diimbangi dengan bertanya langsung kepada orang yang memang lebih paham.<sup>18</sup>*

Sosial media YouTube yang dimaksud yaitu channel Ustaz Abdul Somad Official dengan subscribers 2,54jt dan postingan dakwah 1.500 video, Channel Gus Miftah Official dengan subscribers 818 dan postingan dakwah 438 video, Channel Adi Hidayat Official dengan subscribers 1,1rb, Channel Syafiq Riza Basalamah dengan subscribers 1,13jt dan postingan dakwah 3.500 video, channel Al-Bahjah TV dengan subscribers 4,09jt dan postingan dakwah 9.838 video, Channel Lampu Islam dengan subscribers 3,68 jt dan postingan dakwah 1,8 rb video, Channel Hanan Attaki dengan followers 2,25jt dan postingan dakwah 225 video, channel Islam Itu Indah Official dengan subscribers 202rb dan postingan dakwah 7,4rb video. Adapun akun Instagram antara lain @Oki Setiana Dewi

---

<sup>17</sup> Hasil Wawancara dengan salah satu responden mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Monica Risma Tasya Ardi Wijaya.

<sup>18</sup> Hasil Wawancara dengan salah satu responden mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Syifa Aliya Rahma.

dengan followers 18,1JT dan postingan dakwah 6.124 video, @ustadzadhidayat\_lc dengan followers 1,2jt, @ahilmanfauzi dengan followers 246rb dan postingan dakwah 1.069 video, @khalidbasalamahofficial dengan followers 1,8jt dan postingan dakwah 2.188 video, @fiqihwanita\_ dengan followers 3,7jt dan postingan dakwah 22,5rb, @muslim dengan followers 1,6jt dan postingan dakwah 2.294, @dakwahislamid dengan followers 597rb dan postingan dakwah 17,7rb, @islam\_update dengan followers 592rb dan postingan dakwah 3.899, @diary.islami dengan followers 572rb dan postingan dakwah 7.068.

Sosial media YouTube dan Instagram menjadi daya tarik cukup kuat untuk meningkatkan minat belajar ilmu agama Islam. Sosial media YouTube dan Instagram lebih memudahkan mahasiswa dalam mencari bahan yang ingin mereka cari kebenarannya dan fokus mendalami lagi dengan ustaz-ustaz terkenal antara lain: Ustaz Adi Hidayat dan Ustaz Abdul Somad dsb. Berbeda dengan materi di kelas yang sudah tersusun berdasarkan RPS. Selain itu berdasarkan waktu juga menjadi lebih fleksibel.

Begitu pula dalam jurnal yang ditulis oleh Laila Fajrin dan Siti Fatonah bahwa pembelajaran online merupakan pembelajaran yang memanfaatkan penggunaan internet dengan aksesibilitas, konektivitas, fleksibilitas, dan memberikan kesempatan untuk menciptakan berbagai varian model interaksi dalam pembelajaran. Sebuah studi yang dilakukan oleh Zhang, Zhao, Zhou dan Nunamaker menjelaskan bahwa pembelajaran

online berbasis internet dapat mengubah cara pengetahuan ditransmisikan dalam sistem pembelajaran, terutama dalam pembelajaran tradisional.<sup>19</sup>

Dampak dari kemajuan teknologi saat ini, sikap dan perilaku keagamaan anak muda zaman sekarang sebagian besar meningkat dengan adanya kajian-kajian agama di sosial media. Mulai banyak para da'i muda inspiratif bermunculan. Hampir di setiap tempat kajian agama, seperti di masjid, universitas/kampus, dan tempat lainnya, sebagian besar diikuti oleh anak-anak muda. Berbeda dengan beberapa tahun yang lalu sebelum sosial media secanggih sekarang, kajian-kajian agama biasanya sepi dan sangat sedikit dari kalangan anak muda.

Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Media dakwah memiliki definisi alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah. Seorang pendakwah ingin pesan dakwahnya diterima oleh semua pendengar, maka kita harus menggunakan bantuan sebuah media.<sup>20</sup> Berdakwah dengan segala bentuknya adalah dianjurkan bagi setiap muslim. Hal ini menunjukkan bahwa syari'at atau hukum Islam tidak mewajibkan bagi umatnya untuk mendapatkan hasil yang maksimal, akan tetapi usahanyalah yang diwajibkan semaksimalnya sesuai dengan keahlian dan kemampuannya.

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku

---

<sup>19</sup> Laila Fajrin dan Siti Fatonah, "THE PRINCIPAL'S POLICY TOWARDS ONLINE LEARNING VIA WHATSAPP GROUP IN THE COVID-19 ERA", *International Journal on Islamic Educational Research (SKIJIER)*, vol. 5, No. 1, 2021, hlm. 22-23.

<sup>20</sup> Moh Ali aziz, ilmu dakwah (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 404.

dakwah), mad'u (mitra dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqoh (metode) dan atsar (efek dakwah).<sup>21</sup>

Pemakaian sosial media semakin bertambah dari tahun ke tahun. Sebuah lembaga atau agen global bernama "*We Are Social*" membagikan hasil penelitian bahwa pada tahun 2018 pengguna media sosial mencapai 3.196 miliar.<sup>22</sup> Hal tersebut, membuat sebagian kalangan masyarakat tak terkecuali para dai dengan cepat memanfaatkan media ini sebagai wadah untuk berekspresi baik dalam bentuk komunikasi maupun di bidang dakwah. Komunikasi antara dai terhadap mad'unya baik yang melakukan dakwah secara langsung pada tablig akbar maupun menggunakan sosial media seperti WhatsApp, Instagram, YouTube, maupun yang lainnya. Secara tidak sadar interaksi komunikasi pasti sudah terlaksana dengan baik, Hal ini akan menjadi tantangan tersendiri bagi seorang dai dalam meraih ketertarikan pada mad'unya agar mampu menerapkan pesan-pesan yang disampaikan. Bahkan bisa jadi pesan yang disampaikan dapat memengaruhi pola pikir dan emosional seseorang karena manusia belajar melalui interaksi melalui komunikasi.<sup>23</sup>

Media dakwah dapat berfungsi secara efektif apabila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur ini, media dakwah juga perlu menyesuaikan diri

---

<sup>21</sup> Moh Ali aziz, ilmu dakwah (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 75.

<sup>22</sup> Simon Kemp, "Digital in 2018: World's Internet Users Pass The 4 Billion Mark" <http://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> diakses pada 7 Desember 2020

<sup>23</sup> Stephen W. Little Jhon dan Karen A. Foss, Teori Komunikasi Edisi 9 (Jakarta: Salemba Humanika, 2017), hlm. 126



dengan unsur-unsur dakwah lain, seperti metode dakwah dan logistik dakwah. Lagi-lagi pilihan media dakwah sangat terkait dengan kondisi unsur-unsur dakwah.<sup>24</sup>

Berdasarkan fenomena tersebut, ternyata sudah YouTube banyak dimanfaatkan oleh sebagian umat muslim untuk menyampaikan kajian-kajian islamiyah melalui video yang diunggah. Jika memanfaatkan YouTube seorang da'i dengan ceramahnya yang direkam menggunakan kamera, kemudian diunggah maka akan menarik banyak perhatian masyarakat, bahkan lebih banyak dari mereka yang menyaksikannya dapat diulang berulang kali untuk ditonton di mana saja.<sup>25</sup>

Saat ini maraknya para dai yang menggunakan sosial media sebagai media dakwah. Contoh Ustaz Abdul Somad, Buya Yahya, Adi Hidayat, Hannan Attaki, Khalid Basalamah dan masih banyak lagi. Selain itu bukan hanya para dai dari Indonesia saja yang menggunakan sosial media, tetapi juga terdapat dari berbagai negara salah satunya adalah Zakir Naik merupakan seorang dai dan tokoh perbandingan mazhab dari India.

Sosial media yang digunakan pun beragam, mulai dari Twitter yang berisikan tulisan atau seruan kebaikan, Instagram yang mengunggah foto atau video berdurasi pendek, Facebook yang mengunggah video dan tulisan, hingga sosial media YouTube yang dapat mengunggah video dengan durasi yang lebih lama.

---

<sup>24</sup> Moh Ali aziz, ilmu dakwah (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 428.

<sup>25</sup> Ibnu Hajar, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makasar", *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. V, No. 2 (05 Juli 2019), hlm. 96.

Dakwah melalui YouTube menyuguhkan postingan video dengan durasi lebih lama dan tentunya akan memudahkan para dai dalam merangkul audiens. Penggunaan media YouTube sebagai media dakwah merupakan peluang dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah.<sup>26</sup>

YouTube sekarang ini telah banyak digunakan oleh para tokoh da'i untuk menyebarkan pesan dakwah video berupa nasihat agama. YouTube berisi konten video yang dikalsifikasikan sebagai media audio visual yang berupa gambar sekaligus suara. Sehingga informasi dakwah menjadi lebih efektif dan mudah diterima oleh khalayak.<sup>27</sup>

Atas hal tersebut, penelitian ini ingin mengkaji lebih dalam religiositas mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berdasarkan sumber belajar agama melalui sosial media YouTube dan Instagram.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>26</sup> Ilham Maulana, "Dakwah di Media Sosial; Analisis Isi Kualitatif Pada Channel Sunan Gunung Djati Bandung, 2018), hlm. 13

<sup>27</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Rosdakarya, 2013), Cet Ke-2, hlm.122.

## B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Persepsi Mahasiswa Belajar Melalui Sosial Media YouTube dan Instagram apakah yang sering diakses mahasiswa untuk belajar ilmu agama Islam?
  - a. Bagaimana Pengalaman Belajar Ilmu Agama Selama Kuliah Di Kelas?
  - b. Bagaimana Kelebihan Dan Kekurangannya?
  - c. Bagaimana Jika Dibandingkan Dengan Belajar Ilmu Agama Melalui Sosial Media?
2. Apakah ada pengaruh antara belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dan Instagram secara simultan dengan religiositas mahasiswa?
  - a. Apakah Ada Pengaruh Antara Belajar Ilmu Agama Islam Melalui Sosial Media Youtube Dengan Religiositas Mahasiswa?
  - b. Apakah Ada Pengaruh Antara Belajar Ilmu Agama Islam Melalui Sosial Media Instagram Dengan Religiositas Mahasiswa?

## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa belajar melalui sosial media YouTube dan Instagram apakah yang sering diakses mahasiswa untuk belajar ilmu agama Islam.

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengalaman belajar ilmu agama selama kuliah di kelas?
- b. Untuk mengetahui bagaimana kelebihan dan kekurangannya?
- c. Untuk mengetahui bagaimana jika dibandingkan dengan belajar ilmu agama melalui sosial media?

2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara belajar ilmu agama islam melalui sosial media youtube dan instagram secara simultan dengan religiositas mahasiswa

- a. Apakah ada pengaruh antara belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dengan religiositas mahasiswa
- b. Apakah ada pengaruh antara belajar ilmu agama Islam melalui sosial media Instagram dengan religiositas mahasiswa

## 2. Kegunaan Penelitian

### a. Secara Teoretis

Penelitian ini berusaha membuktikan pengaruh dari objek yang diteliti dan diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pembelajar muslim terutama kepada responden dalam meningkatkan religiositas yaitu pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

### a. Secara Praktis

1) Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dapat meningkatkan minat belajar mahasiswa karena dengan metode belajar yang menarik dengan berbagai pengajar/ustaz sebagai tambahan materi agar pembelajar dapat fokus belajar pada materi yang mereka butuhkan/inginkan dan dapat mencari solusi atau jawaban dari setiap permasalahan agama yang sedang mereka alami dengan begitu dapat meningkatkan religiositas mereka.

2) Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media Instagram dengan metode ceramah singkat berdurasi satu menit dan banyaknya komunitas-komunitas muslim dan muslimah dapat menjadi pengingat diri atau “Self Reminder” bagi para mahasiswa khususnya responden yaitu mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, baik dalam hal ibadah maupun mempelajari ilmu-ilmu agama Islam.

Sehingga dengan begitu religiositas mereka juga akan meningkat.

#### **D. Kajian Pustaka**

Kegunaan dari kajian pustaka adalah untuk mencari tahu di mana letak perbedaan serta posisi antara penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu, dan juga untuk mencari sisi kebaruan dari peneliti.

*Pertama*, Penelitian Novi Ulvatin, Program Magister Pendidikan Agama Islam Pasca Sarjana UIN Maulana Malik Ibrahim, yang berjudul “*Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Motivasi dan Hasil Belajar Pendidikan Agama Islam Pada Siswa Kelas VIII di SMP N 1 Sindue Donggala Tahun 2015.*”<sup>28</sup>

Hasil penelitian ini adalah terdapat perbedaan yang signifikan antara motivasi belajar siswa yang menggunakan media Facebook dalam pembelajaran, yaitu lebih tinggi daripada motivasi belajar siswa yang tidak menggunakan media Facebook dalam pembelajarannya. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata pretes sebesar 65.33, namun setelah menggunakan media Facebook nilai rata-rata itu meningkat menjadi 87.83. Ada peningkatan sebesar 19.79 % dari nilai pretes ke posttes.

Persamaan penelitian Novi dengan penelitian peneliti adalah sama-sama menggunakan sosial media sebagai variabel Independen, yaitu

---

<sup>28</sup> Novi Ulvatin, “*Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Motivasi dan Hasil Belajar Pendidikan Agama Islam Pada Siswa Kelas VIII di SMP N 1 Sindue Donggala*”. Tesis, Program Magister Pendidikan Agama Islam Pasca Sarjana UIN Maulana Malik Ibrahim tahun 2015.

variabel yang dapat mempengaruhi suatu objek yang diteliti. Namun yang berbeda adalah sosial media yang digunakan, Novi meneliti pengaruh sosial media Facebook, sedangkan peneliti meneliti pengaruh media sosial YouTube dan Instagram. Perbedaan berikutnya adalah pada variabel terikat/Dependen. Dalam penelitian Novi dengan menggunakan sosial media Facebook untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap hasil belajar siswa sehingga menggunakan metode pretes dan postes, sedangkan peneliti menggunakan sosial media YouTube dan Instagram untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap tingkat religiositas mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

*Kedua*, Penelitian yang disusun oleh M. Hatta yang diterbitkan oleh Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan Vol. 22 No. 1, 2018 dengan judul, “*Media Sosial sebagai Sumber keberagamaan Alternatif Remaja dalam Fenomena Cyberreligion*”.<sup>29</sup>

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa dalam satu hari, siswa minimal menghabiskan waktu 4 jam lebih untuk berselancar di sosial media. Umumnya siswa menyukai tausiah dari para ustaz atau ulama yang dikaguminya. Antusiasme siswa belajar agama dari para ustaz pilihannya di sosial media ini, terkadang juga dilandasi oleh kekaguman yang berlebihan dan bahkan cenderung pada kultus individu.

Penelitian tersebut dapat menjadi salah satu bahan kajian yang akan peneliti gunakan dalam mengkaji pengaruh belajar ilmu agama Islam

---

<sup>29</sup> M. Hatta, “Media Sosial sebagai Sumber keberagamaan Alternatif Remaja dalam Fenomena Cyberreligion”, *Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* Vol. 22 No. 1, 2018.

melalui sosial media YouTube dan Instagram dengan tingkat religiositas mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga.

*Ketiga, Penelitian Khudiatul Chairuni, “Pengaruh Keaktifan Belajar PAI Terhadap Religiusitas Peserta Didik Di SMP Bakti Mulya 400 Jakarta”, Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2019.*<sup>30</sup>

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa keaktifan belajar PAI di SMP Bakti Mulya 400 Jakarta memiliki nilai yang baik. Peserta didik baik dalam keaktifan visual, lisan, mendengarkan, menulis, menggambar serta keaktifan emosional dengan nilai rata-rata 77,48%. Peserta didik di SMP Bakti Mulya 400 Jakarta memiliki religiositas yang baik dalam hal kepercayaan, pemahaman, praktik agama, pengalaman, dan pengamalannya dengan skala nilai rata-rata 75,16%. Keaktifan belajar PAI berpengaruh terhadap religiositas peserta didik di SMP Bakti Mulya 400 Jakarta, dengan data pengaruhnya sebesar 34% dan 66% dipengaruhi oleh faktor lain.

Persamaan penelitian Chairuni dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti keaktifan belajar ilmu agama Islam dan pengaruhnya terhadap religiositas peserta didik. Namun perbedaan dalam penelitian ini adalah Chairuni meneliti pengaruh keaktifan belajar PAI terhadap religiositas peserta didik yang dilakukan di sekolah, yaitu SMP Bakti Mulya 400 Jakarta, sedangkan peneliti meneliti pengaruh belajar ilmu

---

<sup>30</sup> Khudiatul Chairuni, “Pengaruh Keaktifan Belajar PAI Terhadap Religiusitas Peserta Didik Di SMP Bakti Mulya 400 Jakarta”, *Skripsi*, Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2019.



agama Islam dengan tingkat religiositas mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi melalui belajar di media sosial YouTube dan Instagram.

*Keempat*, Penelitian Nurul Isa, Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Salatiga, yang berjudul “*Strategi Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan Religiositas Siswa Di SD Ketawang 1 Dan SD Banaran Kecamatan Grabag Kabupaten Magelang Tahun 2017*”<sup>31</sup>

Hasil penelitian ini terdapat beberapa strategi dan kendala guru PAI dalam meningkatkan religiositas siswa, diantaranya: Meningkatkan kualitas pembelajaran di kelas. Karakteristik pendidikan agama Islam adalah pengajaran yang tidak hanya terhenti pada aspek kognitif (transfer of knowledge) saja, akan tetapi dalam kegiatan pendidikan agama Islam harus menanamkan nilai-nilai Islam yang mengarah pada aspek efektif dan psikomotor siswa. Kemudian mengembangkan pembelajaran PAI melalui kegiatan-kegiatan keagamaan Islam seperti sholat dhuha dan sholat dhuhur berjama'ah, kegiatan infaq, kantin kejujuran, dan mujahadah. Adapun kendala yang dialami oleh guru PAI dalam meningkatkan religiositas siswa dibagi menjadi 2 faktor utama, yaitu: Faktor Intern, merupakan faktor yang bersumber dari dalam sekolah itu sendiri, diantaranya adalah minimnya fasilitas ibadah, terbatasnya waktu dinas guru PAI, terbatasnya alokasi waktu pembelajaran PAI di kelas (sekolah umum). Sedangkan Faktor Ekstern, merupakan faktor yang muncul di luar sekolah dalam hal ini adalah latar belakang keluarga yang acuh terhadap

---

<sup>31</sup> Nurul Isa, “*Strategi Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan Religiusitas Siswa Di SD Ketawang 1 Dan SD Banaran Kecamatan Grabag Kabupaten Magelang Tahun 2017*”. Tesis, Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Salatiga tahun 2017.

pendidikan agama siswa, pengaruh lingkungan bermain, dan adanya pengaruh negatif perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi-informasi.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menjadikan religiositas sebagai variabel terikat atau fokus penelitian. Perbedaan penelitian Nurul Isa dengan penelitian peneliti adalah penelitian Nurul Isa dalam meningkatkan religiositas peserta didik melalui upaya-upaya dan strategi guru yang mengajar, sedangkan penelitian peneliti dalam meningkatkan religiositas mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi yaitu dengan belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dan Instagram.

*Kelima*, Penelitian yang dilakukan oleh Nur Zazin dan Muhammad Zaimini yang berjudul “Media Pembelajaran Agama Islam Berbasis Sosial Media Pada Generasi-Z” dalam *Proceeding Antasari International Conference*<sup>32</sup> mengungkapkan media pembelajaran untuk era disrupsi adalah media pembelajaran yang berbasis teknologi di mana media pembelajaran yang tepat adalah sosial media yang notabene sangat akrab di kalangan para pelajar.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa sosial media merupakan media pembelajaran agama Islam yang relevan dalam mendidik generasi-Z. Pemanfaatan sosial media sebagai media pembelajaran dan pengawasan peserta didik adalah langkah yang tepat mengingat generasi-Z ini notabene sangat akrab dengan sosial media, bahkan porsi dunia maya

---

<sup>32</sup> Nur Zazin dan Muhammad Zaimini, “Media Pembelajaran Agama Islam Berbasis Media Sosial Pada Generasi-Z”, *Proceeding Antasari International Conference*, Vol. 14, No. 2, 2021.

mereka terkadang lebih besar daripada porsi dunia nyata mereka. Pengaruh teknologi terhadap pola pembelajaran sangat kuat sekali, yang bersifat mendasar terletak pada pengembangan pola pembelajaran, pengambilan keputusan pembelajaran, serta tumbuhnya berbagai sumber belajar. Apalagi jika mampu mengembangkan media pembelajaran berbasis sosial media yang notabenehnya merupakan lingkungan dan dunianya anak millennial. Pilihan bijaknya, para pendidik ikut masuk ke alam dunia maya menemani dan membimbing generasi-Z serta kesempatan ini juga bisa dimanfaatkan untuk mendidik agama Islam mereka. Sehingga pemanfaatan media pembelajaran berbasis sosial media langkah yang sangat strategis, efektif dan efisien dalam pembelajaran.

## **E. Kajian Teori**

### **1. Religiositas**

#### **a. Konsep Religiositas**

Para ahli berbeda pendapat mengenai religiositas dan spiritualitas. Dari berbagai perbedaan para ahli yang telah disampaikan di atas dapat dilihat bahwa, religiositas dan spiritualitas merupakan konsep yang berbeda, tetapi dalam aspek tertentu religiositas dan spiritualitas memang memiliki persinggungan.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Yulmaida Amir, Diah Rini Lesmawati, "RELIGIUSITAS DAN SPIRITUALITAS: KONSEP YANG SAMA ATAU BERBEDA?" *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris* Vol. 2, No. 2, 2016, hlm. 72.

Dalam religiositas terdapat konsep etika-religius yang ditulis oleh Toshihiko Izutsu dalam buku “Konsep-Konsep Etika Religius dalam Al Qur’an”. Etika-religius adalah prinsip-prinsip moral yang memandu perilaku manusia secara etis menurut pandangan-dunia suatu agama. Dalam konsep ini terdapat Israf dan Tabdzir yang merupakan bagian dari konsep etika religius, konsep tersebut sebagai berikut:<sup>34</sup>

- 1) Israf dan tabdzir merupakan konsep etika-religius yang berkonotasi negatif, destruktif bagi kemanusiaan, sehingga harus dihindari oleh manusia.
- 2) Konsep israf lebih luas daripada konsep tabdzir dalam konteks pola interaksi atau relasi dengan pihak lain (others). Konsep israf meliputi relasi personal-transendental, relasi sosial, relasi kebendaan, dan relasi kealaman. Sedangkan konsep tabdzir hanya memiliki pola relasi kebendaan dan sosial saja.
- 3) Konsep israf dan tabdzir terjadi dalam relasi kebendaan, melalui materialisme yang menganggap bahwa kebahagiaan hidup seseorang ditentukan oleh kepemilikan orang tersebut terhadap objek-objek.
- 4) Materialisme terjadi dalam fenomena konsumsi, sehingga menghasilkan gaya hidup konsumerisme. Gaya hidup

---

<sup>34</sup> Dudung Abdurrahman, “ISRAF DAN TABDZIR: KONSEPSI ETIKA-RELIGIUS DALAM AL QUR’AN DAN PERSPEKTIF MATERIALISME-KONSUMERISME” *Jurnal Mimbar* Vol. XXI No. 1 Januari – Maret 2005, hlm. 77.

konsumerisme menjadikan aktivitas konsumsi sebagai objektifikasi dan fenomena.

Dalam pandangan Jalaluddin Rakhmat, religiositas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang. Manusia berperilaku agama karena didorong oleh rangsangan hukuman dan hadiah dengan menghindari dari hukuman (siksaan) dan mengharapkan hadiah (pahala).<sup>35</sup>

Religius bisa diartikan dengan kata agama atau bersifat religi. Agama menurut Nuruddin merupakan sistem kepercayaan yang senantiasa mengalami perubahan dan perkembangan sesuai dengan tingkat kognisi seseorang.<sup>36</sup>

b. Aspek-aspek Religiositas

Religiositas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan, seberapa jauh keberagaman seseorang dapat dilihat dari bagaimana ia melaksanakan dimensi-dimensi religiositas. Dimensi-dimensi tersebut adalah dimensi keyakinan, praktik ibadah, pengalaman, konsekuensi-konsekuensi dan pengetahuan.<sup>37</sup> Berdasarkan teori Glock dan Stark mengenai dimensi religiositas, peneliti menemukan

---

<sup>35</sup> Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Islam (Jakarta: Raja Grafindo, 1966), hal. 133

<sup>36</sup> Nuruddin, dkk. Agama Tradisional: Potret Kearifan Hidup Masyarakat Samin dan Tengger, (Yogyakarta: LKIS, 2003), hlm. 126.

<sup>37</sup> R. Stark dan C. Y. Glock, "Dimensins of Religiosity, dalam Ronald Robcrtson (eds.) *Sosiologi of Religion*, Terj. Achmad Fedyani Saifuddin, Agama: dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologis, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995), 295.

beberapa karakteristik peserta didik yang menunjukkan religiositas mereka, yaitu:

1) Dimensi Ideologi. Dimensi ini dalam Islam menunjukkan pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang fundamental dan dogmatik.<sup>38</sup> Yang dimaksudkan dalam hal ini adalah sejauh mana siswa menerima hal-hal yang bersifat dogmatik atau ajaran yang bersifat kepercayaan terhadap agamanya.

2) Dimensi Ritual, yaitu tingkatan di mana seorang mau mengerjakan kewajiban-kewajiban yang ada dalam agamanya.

Dalam hal ini, peneliti mewawancarai siswa perihal sejauh mana mereka melaksanakan rukun Islam. Kebanyakan dari siswa mampu mengucapkan syahadat dengan baik dan benar, akan tetapi ada beberapa siswa yang belum fasih mengutarakannya.

Dari segi sholat, mereka mengakui belum sepenuhnya melakukan sholat 5 waktu ini. Kemudian dari segi puasa, keseluruhan siswa menyatakan bahwa mereka berpuasa di bulan ramadhan.

3) Dimensi Pengalaman, merupakan perasaan, penghayatan atau pengalaman keagamaan yang pernah dialami siswa. Beberapa siswa merasakan bahwa mereka selalu dekat dengan Allah

---

<sup>38</sup> Djamaluddin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islam (Solusi atas Problem-Problem Psikologi)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994), 80.

karena dengan sekolah di tempat itu mereka merasa lebih mengenal Tuhan-Nya.

- 4) Dimensi Konsekuensi/pengamalan. Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Istilah “kerja” dalam pengertian teologis digunakan di sini merupakan dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku siswa didorong oleh ajaran agama Islam dalam kehidupannya.
- 5) Dimensi Pengetahuan, yaitu seberapa jauh pengetahuan siswa tentang ajaran agama Islam.

c. Sikap-sikap Religiusitas

Asmaun Sahlan memberikan beberapa sikap religius yang tampak dalam diri seseorang dalam menjalankan tugasnya, antara lain<sup>39</sup>:

- 1) Keadilan
- 2) Bermanfaat bagi orang lain
- 3) Rendah hati
- 4) Bekerja efisien
- 5) Visi ke depan
- 6) Disiplin tinggi
- 7) Keseimbangan

---

<sup>39</sup> Asmaun Sahlan, “Mewujudkan Budaya Religius di Sekolah”, (Malang: UIN-Malik Press, 2017), hlm. 67-68.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Religiositas

Thouless dalam Sayyidatul<sup>40</sup> menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial.

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orangtua, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

2) Faktor Pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

3) Faktor kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat dibedakan menjadi empat:

- a. kebutuhan akan keamanan dan keselamatan,
- b. kebutuhan akan cinta kasih,
- c. kebutuhan untuk memperoleh harga diri,

---

<sup>40</sup> Sayyidatul Maghfiroh. Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah pada Santri Mahasiswi Darush Shalihah. (Yogyakarta: Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018) hlm. 24-25



d. kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

#### 4) Faktor Intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu memiliki tingkat religiositas yang berbeda-beda dan tingkat religiositasnya bisa dipengaruhi dari 2 macam faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu pengalaman-pengalaman spiritual, kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena ancaman kematian. Sedangkan faktor eksternal yaitu pengaruh pendidikan dan pengajaran dan berbagai tekanan sosial dan faktor intelektualitas.

#### b. Ilmu Agama Islam

##### 1. Pengertian Ilmu Agama Islam

Ilmu agama Islam adalah pembelajaran mengenai ilmu-ilmu keislaman yang dimuat dalam pembelajaran PAI yang merupakan kewajiban bagi setiap muslim. Pembelajaran PAI disebut juga sebagai pembelajaran yang bersumber kepada Al-Quran dan Hadis, yang bertujuan agar menjadi bertakwa dan menciptakan akhlak yang mulia.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Abdul Majid, BELAJAR dan PEMBELAJARAN Pendidikan Agama Islam. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 11.

## b. Dimensi Ilmu Agama Islam

Ruang lingkup ilmu agama Islam meliputi keserasian, keselarasan, dan keseimbangan antara hubungan manusia dengan Allah SWT, hubungan manusia dengan sesama manusia, dan hubungan manusia dengan dirinya sendiri, serta hubungan manusia dengan makhluk lain dan lingkungannya.

Berdasarkan PERMEN No. 22 Tahun 2006, ruang lingkup materi ilmu agama Islam meliputi aspek-aspek sebagai berikut:<sup>42</sup>

- 1) Al-Quran dan Hadits
- 2) Aqidah
- 3) Akhlak
- 4) Fiqih
- 5) Tarikh dan Kebudayaan Islam

## c. Karakteristik Ilmu Agama Islam

- 1) Secara umum materi ilmu agama Islam didasarkan pada dua sumber pokok, yaitu Al-Quran dan Sunnah. Keduanya merupakan rujukan dan sumber aturan yang sudah pasti dan tidak bisa ditawar lagi. Pembelajaran ilmu agama Islam dikembangkan dari ajaran-ajaran pokok (dasar) yang terdapat di dalam agama Islam.

---

<sup>42</sup> Zuhairini dan Abdul Ghafir, *Metodologi Pendidikan Agama Islam*, (Malang: UM Press, 2004), hlm. 48.

- 2) Ditinjau dari segi muatan pendidikannya, pelajaran agama merupakan mata pelajaran pokok yang menjadi satu komponen yang tidak dapat dipisahkan dengan mata pelajaran lain yang bertujuan untuk pengembangan moral dan kepribadian peserta didik.
- 3) Pembelajaran agama tidak hanya menekankan pada aspek kognitif saja, tetapi yang lebih penting adalah pada aspek afektif dan psikomotornya. Jadi, pembelajaran pendidikan agama Islam (PAI) selalu mempertimbangkan dua sisi kehidupan duniawi dan ukhrawi dalam setiap langkah dan gerakannya.
- 4) Program pembelajaran agama diarahkan pada menjaga akidah dan ketakwaan para peserta didik, menjadi landasan untuk rajin mempelajari ilmu-ilmu lain yang diajarkan di sekolah, mendorong peserta didik untuk kritis, kreatif, dan inovatif, lalu menjadi landasan perilaku dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat.<sup>43</sup>

### 3. Sosial Media

Sosial media didefinisikan sebagai sebuah media online, dan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia

---

<sup>43</sup> KEMENAG RI, Modul Pengembangan Pendidikan Agama Islam pada Sekolah, (2010), hlm. 17-19.

virtual. Penggunaan sosial media memiliki arti proses, cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian.<sup>44</sup>

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu:<sup>45</sup>

- 1) Jumlah waktu, hal ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses situs.
- 2) Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik.
- 3) Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan sosial media.

Dengan adanya internet setiap orang dapat mengakses informasi dengan lebih cepat, efisien serta dapat melakukan berbagai hal dengan siapa pun dan di mana pun tanpa batas waktu dan tempat. Seiring berjalannya internet, perkembangan sosial media pun merambat luas di masyarakat mulai dari anak usia sekolah dasar hingga dewasa.<sup>46</sup>

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa sosial media dapat mengembangkan dan meningkatkan konten pembelajaran. Sarana ini dengan berbagai manfaatnya dapat digunakan oleh pengguna untuk memberikan kontribusi yang positif. Salah satu yang paling penting dari kegunaan *social networking* adalah kemampuan untuk mengatur

---

<sup>44</sup> Depdiknas RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal. 852

<sup>45</sup> Thea Rahmani, 2016, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, hal. 22

<sup>46</sup> Hana Nur Rahmawati, Muhammad Khabib, dan Hermanto, "Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial Dengan Motivasi Belajar Remaja", *Jurnal Keperawatan Jiwa*, Vol. 5 No 2 November 2017, hlm. 77.

pembelajaran dengan menghubungkan berbagai ahli dan pakar untuk saling berbagi pengetahuan, aktivitas, konsep, dan lainnya.<sup>47</sup>

Romero mengemukakan “Sosial media memiliki potensi untuk meningkatkan pembelajaran siswa, memfasilitasi interaksi pendidik dan interaksi peserta didik, pengembangan keterampilan dan tingkat kepuasan dengan keterlibatan pembelajaran mobile yang baru.”<sup>48</sup>

Merebaknya situs sosial media yang muncul menguntungkan banyak orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah dan dengan ongkos yang murah ketimbang memakai telepon. Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Namun ada pula dampak negatif dari sosial media, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, munculnya kecanduan yang melebihi dosis, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan.

Dalam konten sosial media terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (sharing), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group).<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> Ibdalsyah, Muhyani, Deni Zaini Mukhlis, “Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Kesadaran Beragama Sebagai Akibat Dari Pola Asuh Orang Tua Dan Peran Guru Di Sekolah, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 08 No. 02 Agustus 2019, hlm. 399.

<sup>48</sup> Romero, O. C. “Social Media as learning tool in higher education: the case of Mexico and South Korea”. *Sinética, Revista Electrónica de Educación*, 44, 2015, p. 1-15.

<sup>49</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI*, (Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), hal. 27

Sosial media telah menjadi fenomenal dan semakin mengglobal dan mengakar. Keberadaannya nyaris tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Sebagai bentuk aplikasi dalam komunikasi secara virtual, sosial media merupakan hasil dari kemampuan teknologi informasi dan komunikasi.<sup>50</sup>

Adapun fungsi dan manfaat sosial media untuk belajar ilmu agama Islam ada dua, yaitu:

- 1) Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan. Berbagai aplikasi sosial media dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, sosial media juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam sosial media berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, sosial media adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu sekali membekali diri dengan kekritisan, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Eko Sumandi, "Dakwah Dan Media Sosial", *Jurnal At-Tabsyir*, Vol. 4, No. 1 (26 Oktober 2020), hlm. 184.

<sup>51</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI*, (Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), hal. 34

2) Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran. Sosial media berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui sosial media. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam sosial media. Oleh sebab itu, sosial media juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.<sup>52</sup>

Media online di era digital saat ini ada berbagai pilihan media yang dapat digunakan dan dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan sebab kebutuhan akan informasi saat ini menjadi sebuah keharusan bagi setiap manusia.

Jadi banyak manusia yang lebih memilih media yang cepat dan mudah untuk diakses untuk mendapatkan informasi. Dan faktanya saat ini hampir seluruh manusia dan masyarakat memiliki alat atau teknologi yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi dengan mudah seperti smartphone atau sejenisnya. Dengan adanya jangkauan yang

---

<sup>52</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI, (Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), hal. 37

mudah tersebut, masyarakat menjadi semakin mudah dan cepat menangkap informasi yang terjadi saat ini. Dan para pembuat berita atau komunikator juga dimudahkan untuk menyampaikan pesannya kepada khalayak masyarakat.<sup>53</sup>

Media online menjadi jembatan penghubung antara peserta didik dan pendidik yang dapat digali untuk kepentingan pengembangan proses pembelajaran. Media online adalah media yang dapat kita temukan di internet yang dapat diakses di mana dan kapan saja selama ada jaringan internet. Perkembangan media online turut ambil bagian dalam menunjang proses pembelajaran. Berbagai macam bentuk media online yang digunakan dalam pembelajaran saat ini antara lain whatsapp, YouTube, zoom, google form dan sebagainya yang pada dasarnya memiliki potensi untuk menunjang kegiatan pembelajaran.

Beberapa hal yang menjadi kelemahan proses belajar daring salah satunya tidak semua pendidik mampu dalam memanfaatkan teknologi. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang teknologi oleh pendidik, faktor usia, dan masih terikat dengan penggunaan media konvensional. Namun pembelajaran online ini dapat memposisikan peserta didik untuk belajar secara aktif dan mandiri, sehingga pendidik tetap dituntut untuk menguasai teknologi dalam menyampaikan materi pembelajaran. Hal ini dikarenakan peserta didik

---

<sup>53</sup> Eni Fariyatun Fahyuni, Buku Ajar Teknologi, Informasi dan Komunikasi Prinsip dan Aplikasi dalam Studi Pemikiran Islam, (Sidoarjo: Umsida Press, 2017), hlm. 13-15.



dapat mempelajari bahan ajar dan mengerjakan tugas-tugas serta ujian dengan cara mengakses dari perangkat komputer, laptop atau *smartphone*.<sup>54</sup>

Media daring atau media digital/online merupakan saluran komunikasi yang dilakukan secara online berbasis komunikasi melalui situs web di internet. Media online adalah media daring yang meliputi audio visual, baik berupa teks, video dan musik yang didistribusikan melalui jaringan internet.<sup>55</sup>

Media online menurut Romli, disebut juga dengan cybermedia (media *siber*), internet media dan new media (media baru), dapat diartikan menjadi media yang disajikan secara online di situs web internet. Secara teknis atau fisik, media online ialah media berbasis telekomunikasi serta multimedia (HP, komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan twitter), radio online, TV online, dan email.<sup>56</sup>

Media online dapat diartikan menjadi media generasi ketiga setelah media cetak seperti, koran, tabloid, majalah, dan buku.

Sedangkan media elektronik meliputi televisi, radio, laptop dan lain-

---

<sup>54</sup> Mustakim, "Efektivitas Pembelajaran Daring Menggunakan Media Online Selama Pandemi Covid-19 Pada Mata Pelajaran Matematika", *Al Asma: Journal of Islamic Education*, 2(1) 2020, 1–12.

<sup>55</sup> Mahyuddin, *Sosiologi Komunikasi Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualisme*, (Makassar: Shofia-CV.loe, 2019), hlm. 32.

<sup>56</sup> Asep Syamsul M Romli., *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), hlm. 30.

lain. Media online adalah produk jurnalistik online yang didefinisikan menjadi pelaporan fakta atau insiden yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet.

Media online dipahami sebagai keadaan konektivitas yang mengacu pada internet atau web. Online diartikan sebagai bahasa internet yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja selama tersambung dengan jaringan internet. Media daring atau online yaitu segala jenis format media yang hanya bisa diakses melalui perangkat keras komputer atau mobile berbasis internet yang berisikan teks, foto, video dan audio.

Dalam pengertian umum, media online juga dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online yang hanya dapat digunakan apabila terdapat jaringan internet. Dengan pengertian ini, maka e-mail, mailing list (milis), website, blog, line, sebagai media chatting dan media sosial termasuk whatsapp, YouTube, zoom, google form dan lain-lain adalah kategori media online atau media daring.<sup>57</sup>

Media online memiliki karakteristik yang sangat khas karena pengguna internet dapat mengakses informasi di kantor, di rumah, di kamar, di warung internet (warnet), bahkan di dalam kendaraan sekalipun.

---

<sup>57</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, hlm. 34.

Adapun karakteristik Media Online yang sama dengan karakteristik sosial media Karakteristik sosial media tidak jauh berbeda dengan media *siber (cyber)* dikarenakan sosial media merupakan salah satu platform dari media siber. Berikut beberapa karakteristik sosial media atau online:<sup>58</sup>

- a. Jaringan (Network) Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.
- b. Informasi (Informations) Informasi menjadi entitas penting di sosial media karena pengguna sosial media mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.
- c. Arsip (Archive) Bagi pengguna sosial media, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun.
- d. Interaksi (Interactivity) sosial media membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

---

<sup>58</sup> Rulli Nasrullah, Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 20.

- e. Simulasi Sosial (simulation of society) sosial media memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual. Sosial media memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.
- f. Konten oleh pengguna (user-generated content) Di sosial media konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) di mana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

Namun ada juga karakter media online yang menjadi kekurangan atau kelemahannya, diantaranya:

- a. Ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet. Jika tak ada aliran listrik, baterai habis, dan tidak ada koneksi internet, juga tidak ada browser, maka media online tidak bisa di akses.
- b. Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh “sembarang orang”. Mereka yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun dapat menjadi pemilik media online dengan isi berupa “copy-paste” dari informasi situs lain.

- c. Adanya kecenderungan mata “mudah lelah” saat membaca informasi media online, khususnya naskah yang panjang.
- d. Akurasi sering terabaikan. Karena mengutamakan kecepatan, berita yang dimuat di media online biasanya tidak seakurat media cetak, utamanya dalam hal penulisan kata (salah tulis).<sup>59</sup>

Media online adalah media generasi ketiga dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online dengan akses internet. Yang menjadi objek kajian pada pembahasan penulis adalah media online berupa media untuk memperoleh informasi yang paling umum diaplikasikan di kehidupan sehari-hari dan dipraktikkan ke dalam pembelajaran daring pada masa Covid-19 saat ini. Berikut jenis-jenis media online:

- c. Media Jejaring Sosial (*social net working*) Social networking atau jejaring sosial merupakan sosial media yang memfasilitasi pengguna untuk dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya, dengan saling menambahkan teman, memberikan komentar bertanya maupun berdiskusi.<sup>60</sup> Situs jejaring sosial adalah sosial media yang paling populer. Sosial media tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi yang terjadi bukan hanya pada teks, tetapi juga termasuk foto dan vidio yang mungkin menarik perhatian

---

<sup>59</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, hlm. 34.

<sup>60</sup> Arif Rahmadi, *Tips Produktif Ber-Social Media*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016), hlm. 1.

pengguna lain. Semua posting (publikasi) merupakan real team yang memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang sedang terjadi. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan sering bertemu di dunia nyata (offline) maupun membentuk jaringan pertemanan baru.<sup>61</sup>

d. Blog.

Blog merupakan sosial media yang memfasilitasi penggunaannya untuk menulis konten, layaknya sebuah diary. Jadi dalam sebuah blog, artikel-artikel yang ada adalah milik pengguna itu sendiri.<sup>62</sup> Blog merupakan sosial media yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi istilah *web*, baik tautan, web lain, informasi, dan sebagainya. Istilah blog berasal

dari "*weblog*", yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Borger pada tahun 1997 merujuk pada jurnal pribadi online.<sup>63</sup>

Blog memiliki beberapa macam jenis blog, diantaranya: Blog politik, Blog pribadi, Blog bertopik, Blog kesehatan, Blog sastra, Blog perjalanan, Blog mode, Blog riset, Blog hukum, Blog media, Blog agama, Blog pendidikan, Blog kebersamaan,

---

<sup>61</sup> Rulli Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi, hlm. 40

<sup>62</sup> Arif Rahmadi, Tips Produktif Ber-Social Media, hlm. 5

<sup>63</sup> Rulli Nasrullah, Teori dan Riset Cybermedia, (Jakarta: 2014), hlm. 7

Blog petunjuk (directory, Blog bisnis, Blog pengejawantahan, Blog pengganggu (spam), Blog virus (virus)).<sup>64</sup>

- e. *Microblogging* merupakan salah satu bentuk blog yang memungkinkan menulis teks pembaruan singkat, biasanya kurang dari 200 karakter. *Microblog* ini dapat dimanfaatkan untuk menyimpan ide-ide atau mengungkapkan gagasan, seperti twitter.<sup>65</sup> Di twitter contohnya pengguna bisa menjalin jaringan dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, mempromosikan pendapat/pandangan orang lain, sampai membahas isu terhangat (trending topic) saat itu juga dan menjadi bagian dari isu tersebut dengan turut berkicau (tweet) menggunakan taggar/hashtag tertentu, misalnya #ayoindonesia, atau #eeaindonesia.<sup>66</sup>

Ada berbagai macam sosial media yang dapat digunakan untuk belajar ilmu agama Islam, namun dalam penelitian ini peneliti

membatasi hanya dua media sosial saja yang paling banyak digunakan oleh sebagian besar orang zaman sekarang, yaitu YouTube dan Instagram.

---

<sup>64</sup> Mariana Kristiyanti, "Blog Sebagai Alternatif Media Pembelajaran", Jurnal Majalah Ilmiah INFORMATIKA Vol. 2 No. 2, Mei 2011, hlm. 38-40.

<sup>65</sup> Arif Rahmadi, Tips Produktif Ber-Social Media, hlm. 1.

<sup>66</sup> Rulli Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi, hlm. 43.

#### a) YouTube

YouTube adalah aplikasi baru atau new media yang digunakan untuk melihat unggahan video yang disebar oleh orang lain. YouTube merupakan sebuah situs web yang digunakan untuk berbagi video. Para pengguna dapat mengunggah, menonton, berbagi video secara gratis. Konten video yang terdapat dalam YouTube biasanya seperti video klip, film, tv, serta video buatan para pengguna YouTube sendiri.<sup>67</sup>

YouTube juga merupakan sebuah situs web berbagi video yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dari berbagi video. Sebuah jurnal mengatakan bahwa saat ini YouTube menjadi situs online video provider paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia, dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 Jam durasi video yang diupload ke YouTube setiap menitnya dengan 6 miliar views perhari.

YouTube kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunaanya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi YouTube saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan sang pengguna.

Memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet dan setiap hari orang menonton

---

<sup>67</sup> Apriyadi tamburaka, literasi media (Jakarta: PT Raja grafindo, 2013), cet ke-1, hlm. 83.



ratusan juta jam video di YouTube dan menghasilkan miliaran kali penayangan. YouTube secara keseluruhan, telah menjangkau lebih banyak pemirsa yang berusia 18-34 dan 18-49 tahun daripada jaringan kabel mana pun di dunia. Jumlah jam yang diluahkan orang-orang untuk menonton video (waktu tonton) di YouTube naik 60% per tahunnya, dan merupakan pertumbuhan terpesat dalam kurun waktu 2 tahun terakhir. Jumlah orang yang menonton YouTube perhari naik sebesar 40% pertahun sejak Maret 2014. Jumlah pengguna yang mengunjungi YouTube dan memulainya dari beranda YouTube, naik lebih dari 3 kali lipat pertahun.<sup>68</sup>

Dalam literatur lain disebutkan bahwa YouTube diciptakan oleh tiga orang mantan pegawai perusahaan *paypal* yaitu *chad hurley, chen dan karim alumnus*. Diaktifkan 05 februari 2005. Perkantoran ini berpusat di san Bruno, California, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video di unggah setiap hari dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video perhari.<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> Fatty Faiqah, Nadjib, Andi Subhan Amir, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram" *Jurnal Komunikasi KAREBA* Vol. 5 No.2 Juli - Desember 2016, hlm. 260.

<sup>69</sup> Aria indhi, artikel : youtube sebagai media penyiar di zaman modern, tersedia di [https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/ariaindhi/fenomena-youtube-sebagaimedia-penyiaran-di-zaman-modern\\_597000eded967e0aed056e12](https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/ariaindhi/fenomena-youtube-sebagaimedia-penyiaran-di-zaman-modern_597000eded967e0aed056e12) (1 desember 2019)

YouTube merupakan sebuah *platform* di mana memungkinkan untuk dapat mengunggah berbagai video, selain itu YouTube juga memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi melalui kolom komentar.

YouTube juga telah menjadi fenomena yang mendunia yang merupakan situs video sharing yang berfungsi sebagai sarana untuk berbagi video secara online. Situs ini memfasilitasi penggunanya untuk meng-upload video yang diakses oleh pengguna lain diseluruh dunia secara gratis.

YouTube merupakan database video yang paling populer di dunia internet, dan merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa, gambar bergerak-gerak dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (meng-upload) video ke server YouTube dan membaginya ke seluruh dunia.<sup>70</sup>

Aplikasi YouTube dapat digunakan di mana pun dan kapan pun dan oleh siapa pun dengan menggunakan basis internet. Seiring perkembangan zaman yang semakin baru.

---

<sup>70</sup> Aritas Puica Sianipar, "pemanfaatan youtube di kalangan mahasiswa", Vol. 2, No. 3 (2015), hlm.2.

YouTube dapat menjadi inovasi baru karena YouTube disediakan untuk melakukan pencarian informasi video dan setiap orang dapat menontonnya secara langsung.

Perkembangan media YouTube sangat pesat pada tahun 2006, pada tahun itu media YouTube telah berhasil menjadi media terpopuler sehingga dapat memberikan beranekaragam manfaat. Berawal hanya mengupload atau mengunggah video sederhana sekarang dapat di gunakan untuk live streaming, dan berkembang sebagai media untuk berdakwah dan masih banyak lagi manfaatnya.<sup>71</sup>

Beberapa karakteristik dari YouTube yang membuat banyak dari sebagian pengguna nyaman menggunakannya.<sup>72</sup> Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan YouTube dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi minimal waktu. Semisal Instagram, snapchat, dan sebagainya. Kemudian Sistem pengamanan yang mulai akurat. YouTube membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, illegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video. Lalu berbayar, saat ini seperti yang sedang menjadi viral di mana-mana.

---

<sup>71</sup> Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir, Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram, dalam *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5 No.2 (2016), hlm. 24.

<sup>72</sup> Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Dan Andi Subhan Amir, Youtube..., h.260-261

YouTube memberikan penawaran bagi siapa pun yang mengunggah videonya ke YouTube dan mendapatkan minimal 1000 viewers atau penonton maka akan diberikan honorarium. Sistem offline YouTube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya yaitu sistem offline.

Sistem ini memudahkan para pengguna untuk menonton videonya pada saat offline tetapi sebelumnya video tersebut harus didownload terlebih dahulu. Selanjutnya tersedia editor sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.

YouTube lebih menarik dan juga tidak membosankan dibandingkan dengan menonton televisi yang monoton dan berdurasi sekian menit, sehingga pengguna bebas menikmati tontonan tanpa terbatas dengan beragam konten yang disajikan.

Terkait dengan kategori YouTube, YouTube memiliki banyak sekali video, mulai dari video tingkah laku pribadi penggunanya sampai dengan video-video yang jarang kita lihat di televisi. Secara umum kategori dalam YouTube seperti Autos dan vehicles: Comedy (komedi), Entertainment (hiburan), Film

dan animation (film dan animasi), Gadgets dan game (peralatan dan permainan), Music (musik), News dan politics (berita dan politik), People & blog (orang dan blog), Pets dan animals (binatang dan binatang peliharaan), Sports (olahraga), Travel dan places (perjalanan dan tempat). Berbagai macam kategori yang telah disebutkan pengguna bisa saja memilih sesuai dengan kehendaknya tanpa memikirkan video apa yang ingin dilihat dalam kategori.

Hal ini dikarenakan YouTube menyediakan kolom mesin pencarian yang berguna untuk mencari video yang sedang ingin ditonton oleh penggunanya. Jika video tidak ditemukan, maka YouTube biasanya menyarankan video yang hampir mendekati kata pencarian yang sedang ditelusuri.

Selain jumlah penonton bulanan, Wojcicki juga membeberkan data menarik lainnya terkait jumlah pengguna yang menonton YouTube dari layar televisi. Pada kesempatan yang sama, Wojcicki menyebut pengguna YouTube menghabiskan sekitar 250 juta jam setiap harinya untuk mengakses dan menyaksikan video-video YouTube dari layar televisi setiap harinya. Artinya, durasi pengaliran YouTube dari layar televisi meningkat sekitar 39% dari pertengahan tahun sebelumnya (2018) yang tercatat di angka 180 juta jam perhari. Angka ini juga belum termasuk jumlah pelanggan layanan

televisi berbayar milik YouTube, yaitu YouTube televisi. Wojcicki turut mengungkapkan bahwa YouTube menghapus sekitar 7 juta hingga 9 juta video yang dinilai mengandung konten negatif (ujaran kebencian, kekerasan, dan lain-lain) tiap kuartal. YouTube memperkerjakan 10.000 orang pemeriksa konten untuk menyaring video-video yang diunggah pengguna agar sesuai dengan ketentuan penggunaan.

Dari deskripsi tersebut, menarik kiranya untuk membahas persoalan pemanfaatan media YouTube sebagai media dakwah. Keduanya memiliki keterkaitan fungsi dan tujuan, serta keduanya memiliki sasaran yang sama, yakni publik (massa atau khalayak). Kelebihan media YouTube dapat memberi manfaat yang sangat besar bagi kegiatan dakwah jika dikelola dengan baik, dan tentunya dengan mendalami lebih jauh karakter media ini.<sup>73</sup>

#### b) Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Berbagai macam video yang ada di YouTube umumnya memiliki durasi waktu lebih panjang

---

<sup>73</sup> Hamdan, Mahmuddin, "Youtube sebagai Media Dakwah", *Palita: Journal of Social Religion Research April-2021, Vol.6, No.1*, hlm. 66.

daripada Instagram. Durasi video di Instagram hanya satu menit, namun belakangan ini muncul jenis aplikasi/video baru di Instagram yang berdurasi lebih panjang bernama *IGTV*.

Instagram menjadi sosial media dengan peningkatan jumlah pengguna aktif terbesar dalam 4 tahun terakhir. Jumlah pengguna aktif Instagram melonjak 23 persen dari 130 juta pengguna pada Juni 2013 menjadi 150 juta per bulan pada kuartal keempat tahun lalu.

Nama Instagram sendiri berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Pengertian Instagram menurut Atmoko dalam bukunya *Instagram Handbook* adalah seperti berikut: Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Atmoko, Dwi Bambang. 2012. *Instagram Handbook*. Media Kita: Jakarta

Menurut Bambang terdapat beberapa fitur dalam Instagram yaitu:

- 1) Follower, fitur ini memungkinkan seseorang dapat berkomunikasi antara sesama pengguna instagram.
- 2) Kamera, foto yang telah diambil melalui instagram dapat diolah dengan pengaturan yang tersedia. Ada 16 efek foto yang bisa digunakan untuk mempercantik foto.
- 3) Judul foto, berfungsi untuk memberikan judul, menambah lokasi foto dan memberikan narasi pada foto tersebut.
- 4) Arroba (@), digunakan untuk menautkan pengguna lain. Dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun instagram orang lain.
- 5) Label foto atau hashtag (#), sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto dengan kata kunci tertentu. Label atau hashtag banyak digunakan untuk melakukan publikasi dan promosi (komersil maupun non-komersil) agar foto tersebut dapat dengan mudah ditemukan dan semakin populer.
- 6) Tanda suka (love), sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai sebuah foto. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke halaman populer.



- 7) Populer, halaman populer merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia saat itu.
- 8) Effects Foto, Instagram memiliki efek-efek yang dapat digunakan oleh user pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari: *X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwell, Walden, Hefe, Nashville, Valencia, Amaro, Rise, Hudson dan Lord Kelvin.*
- 9) Geotagging, yakni identifikasi metadata geografis dalam sebuah media situs atau pun foto. Bagian geotag akan muncul ketika user iDevice mengaktifkan GPS mereka di dalam iDevice mereka tersebut.
- 10) Jejaring sosial, user tidak hanya berbagi foto di dalam Instagram, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, Flickr dan juga posterous yang tersedia di halaman untuk membagi foto.

#### **F. Hipotesis Penelitian**

Ha: Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube mempunyai pengaruh signifikan terhadap religiositas mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ha: Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media Instagram mempunyai pengaruh signifikan terhadap religiositas mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ha: Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dan Instagram secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap religiositas mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Research*), jenis penelitian ini adalah *mixed method* yaitu menggabungkan penelitian kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif berupa wawancara sebagai observasi dan data pendukung sedangkan penelitian kuantitatif yaitu pendekatan penelitian yang menekankan analisisnya berdasarkan data-data numerik yang kemudian diolah dengan menggunakan metode statistika.<sup>75</sup> Peneliti menggunakan metode ini untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dan Instagram terhadap religiositas mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

### 2. Variabel Penelitian

#### a. Variabel Bebas (Independent)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube (X1) dan Instagram (X2).

---

<sup>75</sup>Eva Latipah, *Metodologi Penelitian Psikologi Pendidikan* (Bandung: Deepublish, 2016), hlm. 11.

b. Variabel Terikat (Dependent)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Religiositas (Y1)

3. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Sugiyono menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya.<sup>76</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjumlah 238 mahasiswa.

d. Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto sampel merupakan “sebagian atau wakil populasi yang diteliti.”<sup>77</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Random Sampling*. *Random Sampling* adalah salah satu teknik sampling dengan pengambilan anggota dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>78</sup> Cara pengambilan sampel menurut Suharsimi Arikunto jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>76</sup> *Ibid*, hlm. 80.

<sup>77</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hlm. 174.

<sup>78</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2012).

diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih<sup>79</sup>. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti mengambil 40% dari 238 mahasiswa yaitu 95 mahasiswa, sementara narasumber untuk wawancara (kualitatif) diambil 10 mahasiswa. Teknik tersebut dipilih karena penelitian ini memberikan kesempatan yang sama bagi setiap kelas dalam keseluruhan populasi mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah merupakan alat ukur seperti tes, kuesioner, pedoman wawancara, dan pedoman observasi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini peneliti terlebih dahulu membagi instrumen ke dalam dua bagian, yaitu instrumen kualitatif dan instrument kuantitatif.

Berikut merupakan instrumen kualitatif.

##### a. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pewawancara terhadap informan penelitian terkait dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai observasi dan data pendukung untuk penelitian ini. Melalui wawancara peneliti memperoleh informasi/data terkait permasalahan yang terjadi di lapangan, serta persepsi pada proses belajar ilmu agama

---

<sup>79</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hlm. 112.

Islam mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta melalui sosial media YouTube dan Instagram. Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data mengenai Persepsi Mahasiswa Dalam Belajar Ilmu Agama Islam Melalui Sosial Media YouTube Dan Instagram Terhadap Religiositas Mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sejumlah 10 orang.

1) Kisi-kisi Sosial Wawancara Pengalaman dan Permasalahan Mahasiswa Belajar Ilmu Agama Islam Melalui Sosial Media YouTube dan Instagram Terhadap Religiositas

Menurut individu mahasiswa dapat dilihat dari tiga hal yaitu pengalaman dengan belajar ilmu agama selama kuliah di kelas, kelebihan dan kekurangannya, dan perbandingan dengan belajar melalui sosial media. Adapun kisi-kisinya di

bawah ini:

No	Aspek
1	Bagaimana pengalamannya dengan belajar ilmu agama selama kuliah di kelas?
2	Bagaimana kelebihan dan kekurangannya?
3	Bagaimana kalau dibandingkan dengan belajar ilmu agama melalui sosial media?

**Tabel. 1**  
**Kisi-Kisi Soal wawancara Pengalaman Dan Permasalahan Mahasiswa**

2) Kisi-kisi Soal Wawancara Persepsi Mahasiswa Jurusan Biologi UIN SUKA Terkait Dengan Dampak Setelah Belajar Ilmu Agama Melalui Sosial Media YouTube dan Instagram.

Menurut persepsi mahasiswa dapat dilihat dari empat hal yaitu keaktifan, tempat mengakses dan dampak setelah belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dan Instagram. Adapun kisi-kisinya di bawah ini:

No	Aspek
1	Apakah Anda sebagai mahasiswa yang aktif dalam menggunakan sosial media?
2	Apakah Anda suka mempelajari ilmu-ilmu agama Islam melalui media sosial seperti YouTube dan Instagram?
3	Dimana Anda mengakses sosmed untuk belajar ilmu agama Islam?
4	Bagaimana dampak setelah Anda belajar ilmu agama Islam melalui sosmed seperti YouTube dan Instagram?

**Tabel. 2**

**Kisi-Kisi Soal wawancara Persepsi Mahasiswa**

3) Kisi-kisi Soal Wawancara Minat Mahasiswa Jurusan Biologi UIN SUKA dalam menggunakan sosial media YouTube Dan Instagram.

Minat mahasiswa dapat dilihat dari lima yaitu, perbandingan antara YouTube dengan Instagram yang sering diakses mahasiswa untuk belajar ilmu agama Islam, termasuk channel atau akun yang sering diikuti, perbedaan

kedua platform, dan informasi apa saja yang didapatkan ketika belajar melalui sosial media YouTube dan Instagram. Adapun kisi-kisinya di bawah ini:

No	Aspek
1	Apakah dengan belajar melalui sosial media seperti YouTube dan Instagram menjadikan minat belajar Anda bertambah mengenai ilmu-ilmu agama Islam?
2	Diantara YouTube dan Instagram mana yang lebih anda sukai?
3	Diantara YouTube dan Instagram mana yang sering anda akses? Dan berikan Channel/akun yang sering anda ikuti?
4	Menurut anda apa perbedaan dua platform tersebut?
5	Informasi seperti apa saja yang Anda dapatkan?

**Tabel. 3**  
**Kisi-Kisi Soal wawancara Minat Mahasiswa**

b. Dokumentasi

Definisi dokumentasi menurut Nana Syaodih Sukmadinata adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen, baik yang tertulis, gambar, maupun elektronik.<sup>80</sup> Metode ini digunakan untuk menghimpun dan mengumpulkan data dari berbagai macam dokumen yang berguna sebagai bahan analisis yang akan digunakan untuk keberlangsungan penelitian ini.

---

<sup>80</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, 2010 th ed. (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, n.d.), hlm. 329.

Sedangkan berikut merupakan instrumen kuantitatif.

c. Angket (Kuesioner)

Angket (Kuesioner) merupakan seperangkat pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden terkait laporan pribadinya atau hal lain yang ingin diketahui.<sup>81</sup> Angket dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data mengenai seberapa besar Pengaruh Belajar Ilmu Agama Islam Melalui Sosial Media YouTube Dan Instagram Terhadap Religiositas Mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

1) Skala Sosial Media YouTube dan Instagram

Pengukuran skala sosial media yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan teori menurut Lometti, Reeves, dan Bybee, penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal yaitu isi media, hubungan pengguna dengan sosial media, dan jumlah waktu (durasi). Karena sosial media YouTube dan Instagram sebagian besar memiliki banyak persamaan, peneliti menggunakan aspek yang sama, namun butir-butir pada angket yang disusun akan berbeda.

No	Aspek	No Butir	Jumlah
1	Isi Media (Konten)	1,2,3,4,5*,6,7,8,9*, 10	10
2	Hubungan Pengguna dengan	11,12,13,14*,15,16 *,17,18,19	9

<sup>81</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Pt. Rineka Cipta, 2010), hlm. 194.



	Sosial Media		
3	Jumlah Waktu (Durasi)	20,21,22*,23,24,25, 26	7
Total			26
Keterangan:		*pernyataan negatif	

**Tabel. 4**  
**Kisi-Kisi Skala Sosial Media YouTube**

Berdasarkan tabel 4 menjelaskan tentang kisi-kisi skala sosial media YouTube yang terdiri dari 3 aspek, yang pertama isi media berikut menjelaskan tentang isi konten sosial media YouTube yang berjumlah 10 soal, yang kedua hubungan penggunaan dengan sosial media berikut menjelaskan tentang hubungan pengguna/responden dengan media sosial yang berjumlah 9 soal, dan yang terakhir jumlah waktu/durasi yang menjelaskan tentang waktu responden mengakses yang berjumlah 7 soal. Jadi semua kisi-kisi tentang skala sosial media YouTube berjumlah 26 yang sudah di cantumkan di kuesioner.

No	Aspek	No Butir	Jumlah
1	Isi Media (Konten)	27, 28, 29, 30, 31	5
2	Hubungan Pengguna dengan Sosial Media	32, 33, 34, 35*, 36, 37, 38*	7
3	Jumlah Waktu (Durasi)	39, 40*	2
Total			14
Keterangan:		*pernyataan negatif	

**Tabel. 5**  
**Kisi-Kisi Skala Sosial Media Instagram**

Berdasarkan tabel 5 menjelaskan tentang kisi-kisi skala sosial media Instagram yang terdiri dari 3 aspek, yang pertama isi media berikut menjelaskan tentang isi konten media sosial Instagram yang berjumlah 5

soal, yang kedua hubungan penggunaan dengan sosial media berikut menjelaskan tentang hubungan pengguna/responden dengan media sosial yang berjumlah 7 soal, dan yang terakhir jumlah waktu/durasi yang menjelaskan tentang waktu responden mengakses yang berjumlah 2 soal. Jadi semua kisi-kisi tentang skala sosial media YouTube berjumlah 14 yang sudah di cantumkan di kuesioner.

## 2) Skala Religiositas

Skala ini digunakan untuk mengukur variabel Religiositas. Berdasarkan teori Glock dan Stark mengenai dimensi religiositas, terdapat beberapa dimensi atau aspek di dalam religiuoitas, yaitu dimensi keyakinan, praktik ibadah, pengalaman, konsekuensi-konsekuensi dan pengetahuan. Adapun kisi-kisinya:

No	Aspek	No Butir	Jumlah
1	<i>Dimensi Keyakinan</i>	41,42*,43	3
2	<i>Dimensi Praktik Ibadah</i>	44, 45*	2
3	<i>Dimensi Pengalaman</i>	46, 47, 48*, 49, 50*, 51, 52*	7
4	<i>Dimensi Konsekuensi-konsekuensi</i>	53, 54*, 55	3
5	<i>Dimensi Pengetahuan</i>	56, 57, 58, 59*, 60, 61	6
Total			21
Keterangan:		*pernyataan negatif	

**Tabel. 6**  
**Kisi-Kisi Skala Religiositas**

Berdasarkan tabel 6 menjelaskan tentang kisi-kisi skala religiositas terdiri dari 5 aspek, yang pertama dimensi keyakinan yang berjumlah 3 soal, yang kedua dimensi praktik ibadah yang berjumlah 2 soal, dan yang ketiga dimensi pengalaman yang berjumlah 7 soal, yang keempat dimensi konsekuensi-konsekuensi yang berjumlah 3 soal, dan yang terakhir ada dimensi pengetahuan yang berjumlah 6 soal. Jadi semua kisi-kisi tentang skala religiositas berjumlah 21 yang sudah di cantumkan di kuesioner.

Jawaban	Skor Item Pertanyaan	
	Positif	Negatif
Hampir Selalu (HSL)	5	1
Sangat Sering (SS)	4	2
Kadang-kadang (KD)	3	3
Sangat Jarang (SJ)	2	4
Hampir Tidak Pernah (HTP)	1	5

**Tabel. 7**  
**Skor Penilaian**

Berdasarkan tabel 7 berikut adalah pernyataan-pernyataan dalam skala di atas disusun berdasarkan skala likert. Setiap pernyataan dari masing-masing item mempunyai empat alternatif jawaban dengan nilai 1 sampai 5. Adapun skor-skor alternative jawaban pada pernyataan positif dan negatif sebagaimana berikut.

#### 5. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Data sebagai penggambaran variabel yang diteliti dijadikan sebagai salah satu alat pembukti hipotesis sehingga data mempunyai

kedudukan yang penting. Benar tidaknya suatu data penelitian menentukan bermutu atau tidak penelitian tersebut. Sedangkan benar salahnya data tergantung dari baik tidaknya instrument pengumpulan data yang digunakan. Instrument yang baik harus memenuhi dua syarat yaitu valid dan reliabel.

a. Uji Validitas

Validitas item soal merupakan derajat kesesuaian antara satu soal dengan perangkat soal-soal lain. Instrumen yang valid berarti instrument tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang semestinya dapat diukur. Ditulis dengan berpedoman blue print skala dan dibimbing oleh kaidah penulisan item yang berlaku bagi setiap jenis dan format instrumen yang telah disusun.

Hanya item yang ditulis dengan mengikuti blue print dan kaidah penulisan yang benar yang akan berfungsi sebagaimana mestinya dan mendukung validitas skala secara menyeluruh.

Evaluasi kualitatif dilakukan untuk menguji kesesuaian item yang ditulis dengan blue print dan indikator yang hendak diungkapnya, menguji item telah ditulis sesuai dengan kaidah penulisan yang benar, dan melihat item yang ditulis mengandung social desirability yang tinggi atau tidak.

Evaluasi kualitatif dilakukan melalui konsultasi dengan pembimbing, setelah melakukan evaluasi kualitatif dilanjutkan

dengan menguji kualitas item secara empirik. Pengujian dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor butir pernyataan dengan total skor konstruk. Pengujian untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  table untuk degree of freedom =  $n-k$ . jika  $r$  hitung untuk  $r$  tiap butir pernyataan bernilai positif dan lebih besar dari  $r$  table (lihat corrected item-total correlation), maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Menurut Cronbach koefisien validitas item dinilai tinggi bila berkisar antara 0,30 sampai dengan 0,50. Koefisien tersebut dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi suatu penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Sebuah tes dapat dikatakan mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap. Uji reliabilitas ini diperlukan untuk menguji dan mengetahui keajegan suatu alat ukur. Apabila suatu instrumen telah dinyatakan valid, maka tahap selanjutnya adalah menguji reliabilitas instrument untuk menunjukkan kestabilan dalam melakukan pengukuran.

Penelitian ini menggunakan pendekatan pengukuran satu kali dengan teknik koefisien alpha ( $\alpha$ ). Suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel (handal) bilamana jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Variabel akan

dikatakan reliabel apabila hasil (Cronbach Alpha)  $> 0,60$  adalah reliabel.

## 6. Teknik Analisis Data

Setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul maka tahap selanjutnya adalah analisis data. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasikan data berdasar variabel dari responden lalu menyajikan data tiap variabel yang diteliti kemudian melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan.

Uji hipotesis dilakukan guna membuktikan hipotesis penelitian yang telah diajukan. Uji hipotesis penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier ganda. Namun sebelum menguji hipotesis penelitian ini langkah-langkah yang akan dilakukan terlebih dahulu adalah melakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas auto korelasi.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data yang digunakan memperlihatkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Adapun teknik yang digunakan untuk menguji normalitas data, antara lain uji chi-kuadrat, uji liliefors, dan uji kolmogorov-

smirnov. Teknik pengujian normalitas data menggunakan program *SPSS 23 for windows*.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mencari data dua variabel yang akan dihubungkan dengan garis lurus (linier) atau mengetahui antar variabel tersebut linear atau tidak. Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dikatakan linier apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau signifikansi ( $p$ )  $> 0,05$  berarti terdapat hubungan linier. Untuk menghitung peneliti menggunakan bantuan *SPSS 23 for windows*.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel bebas. Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini digunakan untuk menajatuhi terjadi tidaknya Multikolinieritas antara sosial media YouTube dan Instagram.

Sehingga digunakan rumus korelasi Product Moment dari Pearson.

Syarat terjadi multikolinieritas apabila harga interkorelasi antar variabel bebas sama dengan atau lebih besar dari 0,600. Kemudian bila harga interkorelasi antara variabel bebas kurang dari 0,600 maka tidak terjadi multikolinieritas, sehingga analisis data bisa dilanjutkan.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan grafik scatterplot yang memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta

tersebar baik di atas maupun di bawah pada angka 0 pada sumbu Y sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak digunakan.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Dalam penyusunan Tesis ini terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian awal, inti dan akhir.

Bagian awal berisi halaman judul, halaman surat pernyataan, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel, dan daftar lampiran.

Bagian inti terdiri dari beberapa bab yang berawal dari pendahuluan sampai penutup.

Bab I, berisi tentang pendahuluan seperti latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II, berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian.

Bab III, berisi tentang persepsi mahasiswa belajar ilmu agama melalui sosial media youtube dan instagram content PAI.

Bab IV, berisi tentang hasil pengaruh belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dan Instagram terhadap religiositas mahasiswa.

Bab V, berisi tentang penutup seperti kesimpulan dan saran.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi Mahasiswa Belajar Melalui Sosial Media YouTube dan Instagram apakah yang sering diakses mahasiswa untuk belajar ilmu agama Islam.
  - a. Belajar ilmu agama selama kuliah cukup lumayan baik terpenuhi karena universitasnya sudah negeri berbasis islami. Justru lebih banyak daripada masa saya SMA yang mana SMA saya negeri biasa
  - b. Kelebihan materi lebih pendalam daripada ketika dulu pengalaman belajar di sekolah. Di univ lebih nambah improvenya lebih bervariasi misalnya dengan adanya ilmu sejarah kebudayaan islam, ilmu hadist, akhlak tasawuf. Lebih bisa menanyakan sesuatu atau ilmu yang kurang faham karena adanya dosen pembimbing atau pengampu atau bisa bertukar pikiran bertukar pendapat dengan teman yang seperjuangan sepemahaman untuk menambah pengalaman dengan adanya komunikasi lewat saling sharing satu sama lain. Kekurangannya mungkin dari segi kalo di sekolahan kan formal jadi kurang fleksibel karena harus mengikuti menyesuaikan standar yang ditetapkan.

- c. Saya lebih tertarik belajar melalui sosial media karena lebih fleksibel dan bebas memilih di pencarian akun YouTube dibanding di universitas karena lebih formal. Contoh biasa yang saya pakai di akun YouTube karena lebih memudahkan saya dalam mencari bahan yang ingin saya cari kebenarannya dan yang saya ingin gali lebih dalam lagi ilmu dan pemahamannya karena dikaji dan dijelaskan secara detail dengan ustaznya yang sudah terkenal contoh ustaz abdul somad, ustaz maulana.
2. Apakah ada pengaruh antara belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dan Instagram secara simultan dengan religiositas mahasiswa?
- a. Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube mempunyai pengaruh terhadap religiositas dengan nilai korelasi/hubungan (R) yaitu 0,706, yang mengandung arti dalam kategori kuat/tinggi karena terletak antara  $0,70 < 0,90$ .
- b. Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media Instagram terhadap religiositas dengan nilai korelasi/hubungan (R) yaitu 0,384, yang mengandung arti dalam kategori rendah karena terletak antara  $\geq 0,20 < 0,40$ .
- c. Belajar ilmu agama Islam melalui sosial media YouTube dan Instagram secara simultan dengan religiositas memiliki pengaruh yang ditunjukkan dengan harga  $R=0,593$  dan besar pengaruhnya sebesar 35,1% yang dibuktikan  $R^2 = 0,351$  termasuk dalam

kategori sedang/cukup. Sedangkan sisanya sebesar 64,9% diasumsikan dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka ada beberapa pandangan peneliti yang sekiranya dapat diangkat sebagai saran-saran, baik untuk mahasiswa, masyarakat, pendidik atau lembaga pendidikan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

1. Kepada mahasiswa, khususnya untuk responden yaitu mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi UIN Sunan Kalijaga dan untuk seluruh mahasiswa pada umumnya, agar senantiasa menjaga dan meningkatkan nilai-nilai ajaran Islam dalam kehidupan. Untuk mahasiswa agar meningkatkan amal ibadahnya, dan untuk mahasiswi agar selalu menutup auratnya dimanapun berada. Tidak bergantung seorang mahasiswa belajar di jurusan dan fakultas apa, karena menjaga nilai-nilai ajaran Islam adalah kewajiban seluruh muslim.
2. Kepada masyarakat, di zaman ini dengan mudah *memposting* segala sesuatu, agar selalu menampilkan akhlak dan nilai-nilai kebaikan di dunia maya atau sosial media. Di antaranya dengan menampilkan ajaran-ajaran Islam dengan *memposting* kajian atau pembelajaran Islam di dunia maya atau sosial media. Karena satu kebaikan yang *diposting* lalu bermanfaat dan diamankan oleh banyak orang, maka seseorang yang *memposting* itu akan terus

mendapatkan pahala selama amal atau kebaikan itu dikerjakan. Selain itu, saran lain kepada masyarakat untuk tidak memposting konten-konten negatif, seperti berita buruk, *hate speech*, pornografi dan sebagainya. Karena satu keburukan yang *diposting* lalu mempengaruhi banyak orang, maka seseorang yang *memposting* keburukan tersebut akan terus mendapatkan dosa selama berita atau konten tersebut masih ada.

3. Bagi pendidik atau lembaga pendidikan, untuk senantiasa memperhatikan perkembangan peserta didiknya dan memberikan teladan yang baik. Selain itu kepada lembaga pendidikan agar dapat menyediakan sarana-sarana belajar yang dapat mendukung proses belajar peserta didik, baik bersifat organisasi, ekstrakurikuler, kajian literasi, dan sebagainya. Karena output dari seorang mahasiswa juga akan membawa nama lembaga pendidikan tersebut.
4. Bagi peneliti selanjutnya, perlu diadakan lagi penelitian tentang sosial media YouTube dan Instagram pada khususnya, dan sosial media lain pada umumnya yang dapat mempengaruhi religiositas peserta didik agar dapat dijadikan rujukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Baqi, Muhammad Fuad. 2012. *Kumpulan Hadist Shahih Bukhari dan Muslim*. Semarang: Pustaka Nuun.
- Adi Wibowo, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Diera Digital”, *Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 03, No.2 (26 Oktober 2020),
- Adisusilo, Sutarjo. 2013. *Pembelajaran Nilai-Karakter Konstruktivisme dan VCT Sebagai Inovasi Teori Pembelajaran Afektif*. Cet.II. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alisuf Sabri, M. 1999. *Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Ancok, Djamaluddin., Fuad Nashori Suroso. 1994. *Psikologi Islam (Solusi atas Problem-Problem Psikologi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Apriyadi tamburaka. 2013. *Literasi media*. Jakarta: PT Raja grafindo.
- Arifin. 1996. *Filsafat Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arifudin, Iis. 2016. “Integrasi Sains dan Agama serta Implikasinya terhadap Pendidikan Islam”, *Jurnal Edukasia Islamika*: Vol. 1, No.1, 161-162.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aritas Puica Sianipar, “pemanfaatan youtube di kalangan mahasiswa”, Vol. 2, No. 3 (2015).
- Baharuddin, Esa Nur Wahyuni. 2010. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Cet. V. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Chairuni, Khudiatul. 2019. “Pengaruh Keaktifan Belajar PAI Terhadap Religiusitas Peserta Didik Di SMP Bakti Mulya 400 Jakarta”, *Skripsi*, Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Eko Sumandi, “Dakwah Dan Media Sosial”, *Jurnal At-Tabsyir*, Vol. 4, No. 1 (26 Oktober 2020)
- Elvinaro, Ardianto. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir, Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram, dalam *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5 No.2 (2016).h. 24.
- Fatty Faiqah, Nadjib, Andi Subhan Amir. 2016. “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram” *Jurnal Komunikasi KAREBA* Vol. 5 No.2, 260.
- Hamdan, Mahmuddin, “Youtube sebagai Media Dakwah”, *Palita: Journal of*

*Social Religion Research* April-2021, Vol.6, No.1, hlm. 66.

Hatta, M. 2018. “Media Sosial sebagai Sumber keberagaman Alternatif Remaja dalam Fenomena Cyberreligion”, *Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* Vol. 22 No. 1.

Ibdalsyah, dkk. 2019. “Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Kesadaran Beragama Sebagai Akibat Dari Pola Asuh Orang Tua Dan Peran Guru Di Sekolah, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 08 No. 02.

Ibnu Hajar, “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makasar”, *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. V, No. 2 (05 Juli 2019), h. 96.

Imam Amrusi Jailani, 2018. “Kontribusi Ilmuwan Muslim Dalam Perkembangan Sains Modern”, *Jurnal THEOLOGIA*, Vol. 29, No. 1, 166.

Imam, Slamet. 1987. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Isa, Nurul. 2017. “Strategi Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan Religiusitas Siswa Di SD Ketawang 1 Dan SD Banaran Kecamatan Grabag Kabupaten Magelang Tahun 2017”. *Tesis*, Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Salatiga.

Latipah, Eva. 2016. *Metodologi Penelitian Psikologi Pendidikan*. Bandung: Deepublish.

Maghfiroh, Sayyidatul. 2018. “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah pada Santri Mahasiswi Darush Shalihah”. *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta.

- Majid, Abdul. 2012. *Belajar dan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Marliani, Rosleny. 2016. “Hubungan antara Religiusitas dengan Prestasi Belajar pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2012”, *Jurnal Psikologi Integratif* Vol. 4 No. 2, 138-147.
- Muhidin, Sambas Ali., Maman Abdurahman. 2009. *Analisis korelasi Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nur Rahmawati, Hana., dkk. 2017. “Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial Dengan Motivasi Belajar Remaja”, *Jurnal Keperawatan Jiwa*, Vol. 5 No 2.
- Rahman. 2009. “Perilaku Religiusitas dalam Kaitannya Dengan Kecerdasan Emosi Remaja” *Jurnal Al-Qalam* vol 15.no 23.
- Rahmani, Thea. 2016. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1966. *Psikologi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Ratriani, Dwi., Ilyas. 2015. “Analisis Aspek-Aspek Keorganisasian Unit Kegiatan Mahasiswa Bidang Keagamaan Islam Di Fakultas Ilmu



Pendidikan Universitas Negeri Semarang”, *Journal of Non Formal Education and Community Empowerment* Vol. 4 No. 1.

RI, Depdiknas. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

RI, KEMENAG. 2010. *Modul Pengembangan Pendidikan Agama Islam pada Sekolah*.

Romlah, Siti. 2016. “Sains dan Teknologi dalam Al-Qur’an: Fenomena Makrokosmos dan Mikrokosmos,” *Jurnal Studi Islam: Pancawacana* Vol. 11, No. 2, 2.

Ruslan, Idrus. 2014. *Lembaga-Lembaga Keagamaan*. Bandar Lampung: Fakultas Ushuluddin Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Saidah, Nur. 2007. “Pendidikan Agama Islam, Problem Dan Tantangannya Sebagai Komponen Mata kuliah Pengembangan Kepribadian (MPK)”, *Jurnal Pendidikan Agama Islam* Vol. IV, No. 1.

Sasmitho, Alrieza Mufajri. 2013. “Hubungan Antara Religiusitas Dengan Konsep Diri Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas Negeri Yogyakarta Angkatan 2010”, *Skripsi*, Program Studi Bimbingan Dan Konseling Jurusan Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.

Stark, R., dan C. Y. Glock. 1995. *Dimensins of Religiosity, dalam Ronald Robcersion (eds.) Sosiologi of Religion, Terj. Achmad Fedyani Saifuddin*,

- Agama: dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabetha.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabetha.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugrah, Nurfatimah. 2019. "Implementasi Teori Belajar Konstruktivisme Dalam Pembelajaran Sains", *Jurnal Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, Vol. 19 No. 2.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Suparno, Paul. 2001. *Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suparno, Paul. 2012. *Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan*. Cet. 10. Yogyakarta: Kanisius.
- Sururin. 2004. *Ilmu Jiwa Agama*. Cet. ke-1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suyono, Hariyanto. 2011. *Teori dan Konsep Dasar Belajar dan Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.

Ulvatin, Novi. 2015. “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Motivasi dan Hasil Belajar Pendidikan Agama Islam Pada Siswa Kelas VIII di SMP N 1 Sindue Donggala”. *Tesis*, Program Magister Pendidikan Agama Islam Pasca Sarjana UIN Maulana Malik Ibrahim.

Wahyu Ilahi. 2013. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Rosdakarya.

Zain, Zarima., Rian Vebrianto. 2017. “Integrasi Keilmuan Sains Dan Islam Dalam Proses Pembelajaran Rumpun IPA”, *Jurnal Komunikasi dan Industri* Vol. 2. No. 1, 703-704.

Zuhairini, Abdul Ghafir. 2004. *Metodologi Pendidikan Agama Islam*. Malang: UM Press.

Zuhairini. 2004. *Metodologi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*. Malang: UIN Press.