PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP KONTEN KEAGAMAAN DI MEDIA SOSIAL DAN RELEVANSINYA DENGAN MINAT BELAJAR AGAMA ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu Pendidikan (S.Pd)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Disusun Oleh:
Vika Ramadani
NIM: 20104010040

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2026

HALAMAN PENGESAHAN

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-2861/Un.02/DT/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP KONTEN KEAGAMAAN DI MEDIA SOSIAL DAN RELEVANSINYA DENGAN MINAT BELAJAR AGAMA ISLAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : VIKA RAMADANI
Nomor Induk Mahasiswa : 20104010040
Telah diujikan pada : Selasa, 23 Desember 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Sri Pumami, S.Psi. M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a87e7b2c90cb

Penguji I

Syarif Hidayatullah, S.Ag, M.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a86fef9b0255

Penguji II

Yuli Kuswandari, S.Pd., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 6a854a6c676f5

Yogyakarta, 23 Desember 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Prof. Dr. Sigit Purnama, S.Pd.I., M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 6a87ed502025d

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Vika Ramadani
NIM	: 20104010040
Program Studi	: Pendidikan Agama Islam
Fakultas	: Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan dengan sesungguhnya skripsi saya ini adalah asli hasil karya atau penelitian saya sendiri bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Jika ternyata dikemudian hari terbukti plagiasi maka saya bersedia untuk ditinjau kembali hak kesarjanaan saya.

Yogyakarta, 14 Juli 2025

Yang menyatakan,



Vika Ramadani

20104010040

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Vika Ramadani
Tempat, Tanggal Lahir	: Kulon Progo, 16 November 2002
NIM	: 20104010040
Program Studi	: Pendidikan Agama Islam
Fakultas	: Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Alamat	: Karanggede, Jatimulyo, Girimulyo, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta
No. HP	: 081229007886

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 14 Juli 2025



VIKA RAMADANI

NIM: 20104010040

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi saudari Vika Ramadani
Lamp. : 3 eksemplar

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Yogyakarta

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Vika Ramadani
NIM : 20104010040
Judul Skripsi : Minat Belajar Agama Generasi Z: Persepsi terhadap Konten Keagamaan di Media Sosial

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 18 Juli 2025
Pembimbing

Sri Purnami, S.Psi. M.A
NIP: 19730119 199903 2 001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

ٱدْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلْحِكْمَةِ وَٱلْمَوْعِظَةِ ٱلْحَسَنَةِ

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik."

(QS. An-Nahl: 125)[1]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[1] Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Badan Litbang dan Diklat, Kementerian Agama RI.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Almamater tercinta
Program Studi Pendidikan Agama Islam
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
dan
Almarhum anakku tersayang Reiga Muhammad Arzachel

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

VIKA RAMADANI, *Persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan di media social dan relevansinya dengan minat belajar agama Islam*. **Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, 2025**.

Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan generasi Z dan maraknya penyebaran konten keagamaan di media social yang mampu memengaruhi cara generasi ini memahami dan mempelajari agama. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mendeskripsikan persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan di media sosial serta 2) menganalisis sejauh mana persepsi tersebut berpengaruh terhadap minat belajar agama Islam Islam mereka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara semi terstruktur dan observasi partisipatif. Subjek penelitian terdiri dari 12 orang generasi Z di Desa Jatimulyo, Kulon Progo, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) generasi Z memiliki persepsi yang sangat positif terhadap konten keagamaan yang beredar di media sosial. Mereka menilai bahwa konten tersebut telah mengalami perubahan signifikan dalam hal penyajian yang lebih komunikatif, kreatif, dan relevan dengan kehidupan mereka. Media sosial tidak hanya dilihat sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran spiritual yang modern dan personal. Konten yang dikemas secara estetis, tidak menggurui, dan relatable lebih mudah diterima, terutama ketika disampaikan oleh figur yang kredibel dan komunikatif. 2) Persepsi positif ini turut mendorong tumbuhnya minat belajar agama Islam Islam secara nyata. Generasi Z menunjukkan ketertarikan yang berlanjut dalam bentuk eksplorasi lebih lanjut, seperti mencari referensi tambahan, mengikuti kajian daring, berdiskusi dengan tokoh agama, dan menginternalisasi nilai-nilai keIslaman dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial berperan sebagai jembatan spiritual yang mampu menjangkau aspek kognitif, afektif, dan moral generasi muda. Dengan demikian, persepsi yang positif terhadap konten keagamaan di media sosial menjadi faktor penting dalam menumbuhkan minat belajar agama Islam yang aktif, reflektif, dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

Kata kunci: Generasi Z, persepsi, konten keagamaan, media sosial, minat belajar agama Islam.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ، اَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw., yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan di media social dan pengaruhnya terhadap minat belajar agama Islam bagi mereka. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Ketua dan Sekretaris Prodi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Ibu Sri Purnami, S.Psi., M.A. selaku Dosen Penasihan Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing jalannya perkuliahan serta membimbing dan memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini
5. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
6. Teman-teman generasi Z di Desa Jatimulyo yang telah bersedia menjadi subjek serta meluangkan waktu, membuka ruang cerita, dan berbagi pandangan selama proses penelitian berlangsung

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

7. Suamiku tercinta, yang telah menjadi teman hidup, teman berpikir, sekaligus sumber semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas segala dukungan, kesabaran, doa, dan pengertian yang tak pernah putus.
8. Anakku tercinta, Reiga Muhammad Arzachel yang kini telah lebih dahulu kembali ke sisi Allah saat Ibu masih dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih Nak, karena kehadiranmu, meski sebentar telah memberi arti yang begitu besar dalam hidup Ibu. Kehilanganmu menjadi luka terdalam, tapi sekaligus pengingat bahwa setiap perjuangan ini layak diselesaikan, salah satunya untuk mengenangmu. Semoga Allah SWT menjagamu di surga-Nya, memelukmu dengan kasih sayang-Nya, dan mempertemukan kita kembali di waktu terbaik. Skripsi ini Ibu tulis dengan air mata, doa, dan cinta yang tak pernah selesai untukmu
9. Kedua Orang Tuaku atas doa, kasih sayang, dan dukungan yang tak pernah putus dalam setiap langkah kehidupan
10. Semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Semoga Allah Swt. Membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan. Aamiin

Yogyakarta, 14 Juli 2025

Penulis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Vika Ramadani

20104010040

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN iii
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI v
MOTTO vi
PERSEMBAHAN vii
ABSTRAK viii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. LATAR BELAKANG MASALAH 1
B. RUMUSAN MASALAH 3
C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN 4
D. KAJIAN PUSTAKA 5
BAB II LANDASAN TEORI 15
A. Persepsi 15
1. Pengertian Persepsi 15
2. Syarat Terjadinya Persepsi 16
3. Jenis Persepsi 17
4. Proses Terjadinya Persepsi 17
B. Minat belajar agama Islam 19
1. Pengertian Minat Belajar 19
2. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belajar 20
3. Aspek Minat Belajar 22
4. Pengertian Minat belajar agama Islam 24
C. Generasi Z 24

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

1. Pengertian Generasi Z 24
2. Karakteristik Generasi Z 25
3. Kehidupan Beragama Generasi Z dengan generasi lainnya 29
D. Konten Media Sosial 32
1. Pengertian Konten Media Sosial 32
2. Jenis-jenis Konten Media Sosial 33
3. Konten Keagamaan di Media Sosial 35
4. Persepsi Generasi Z terhadap Konten Keagamaan di Media Sosial 37
BAB III METODE PENELITIAN 40
A. Jenis Penelitian 40
B. Subjek Penelitian 40
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data 42
D. Teknik Validasi Data (Keabsahan Data) 45
E. Teknik Analisis Data 48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 52
A. Persepsi Generasi Z Terhadap Konten Keagamaan Di Media Sosial 52
B. Pengaruh Persepsi Generasi Z Terhadap Konten Keagamaan Di Media Sosial Terhadap Minat Belajar Agama Islam 61
C. Persepsi Negatif Generasi Z terhadap Konten Keagamaan di Media Sosial 73
D. Ringkasan Temuan Penelitian 76
BAB V PENUTUP 78
A. Kesimpulan 78
B. Saran 79
DAFTAR PUSTAKA 82
LAMPIRAN 85

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Data Subjek Penelitian 42
Tabel 2 : Ringkasan Persepsi Generasi Z Terhadap Konten Keagamaan Di Media Sosial 59
Tabel 3 : Ringkasan Pengaruh Persepsi Terhadap Minat belajar agama Islam Generasi Z 70

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian 86
Lampiran 2 Data Penelitian 90
Lampiran 3 Izin Penelitian 127
Lampiran 4 Administrasi 128

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dewasa ini kita dihadapkan pada era yang serba teknologi dan pengaruh besar globalisasi. Perkembangan teknologi yang pesat memudahkan komunikasi antar individu di seluruh dunia. Revolusi industri 4.0, membawa dampak besar di berbagai lini kehidupan, baik sosial, budaya, ekonomi, dan politik, termasuk mengubah gaya hidup serta cara pandang masyarakat. Salah satu perubahan signifikan adalah kecenderungan individu dalam mengakses informasi melalui teknologi digital, seperti: media sosial, web, blog, podcast, dan platform sejenis lainnya. Dari semua media tersebut, media sosial menjadi salah satu platform yang paling dominan dan berpengaruh pada kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda.

Peningkatan jumlah pengguna media sosial di Indonesia sejalan dengan tumbuhnya remaja Muslim dari kalangan generasi Z, yakni mereka yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010. Mereka juga biasa disebut generasi gawai (gadget), sebutan populer lainnya adalah kids zaman now (anak masa kini).[2] Menurut laporan *We Are Social* tahun 2024, TikTok menempati posisi teratas sebagai aplikasi dengan durasi penggunaan tertinggi di Indonesia, terutama di kalangan usia 16 - 24 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa platform tersebut tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga berpotensi menjadi media pembelajaran, termasuk dalam bidang keagamaan. Berdasarkan survei PPIM UIN Jakarta terhadap 1.552 siswa Muslim dan 337 mahasiswa dari generasi Z, sebanyak 50,89 persen mengakses pengetahuan agama dari internet.[3]

[2] Yunita Faela Nisa et al (2018). *Gen Z: Kegalauan Identitas Keagamaan*. Jakarta: Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Jakarta.
[3] Rangga Eka Saputra (2018). *Api Dalam Sekam Keberagamaan Generasi Z*. Pusat Pengkajian dan Masyarakat (PPIM) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, hal 1–49.

Generasi Z dijuluki sebagai *iGeneration* atau generasi Internet, Generasi Z sering dijuluki sebagai iGeneration atau generasi Internet karena sejak kecil mereka telah akrab dengan teknologi. Karakteristik mereka sangat berbeda dengan generasi sebelumnya, di antaranya: mahir teknologi, terbiasa berinteraksi melalui media sosial, multitasking, fast switcher, senang berbagi, namun cenderung individualis, ingin serba instan, dan kurang sabar dalam proses.[4] Dalam praktik keberagamaan, generasi ini cenderung lebih personal dan rasional, serta lebih kritis terhadap ajaran agama yang diterima secara turun-temurun. Mereka lebih terbuka dalam mengintegrasikan elemen budaya populer seperti musik, fashion, atau konten digital sebagai bagian dari ekspresi keIslaman yang modern dan kreatif.

Pascapandemi COVID-19, pola pembelajaran daring masih bertahan, termasuk dalam hal belajar agama. Survei Pusat Studi Islam dan Transformasi Sosial (CISForm) UIN Sunan Kalijaga menunjukkan bahwa generasi Z lebih menyukai pembelajaran agama melalui media online dan metode nonformal di luar kelas. Akibatnya, banyak dari mereka yang merasa lebih tertarik, dan bahkan lebih percaya, kepada penyampaian ustadz atau pendakwah melalui media sosial dibandingkan dengan guru di ruang kelas formal.[5] Terlebih lagi, algoritma media sosial turut memengaruhi konten yang ditampilkan kepada pengguna. Semakin sering seseorang mengakses atau menyukai konten keagamaan, maka platform akan merekomendasikan konten serupa, sehingga memperkuat ketertarikan mereka dalam belajar agama secara mandiri.

Fenomena ini dapat diamati dalam konten kreator TikTok seperti Husain Basyaiban (@basyasman00). Dalam salah satu unggahannya, pengguna TikTok dengan nama akun @kutuayam menulis komentar, "*Makasih ya bang, karena selalu nonton dakwahnya bang Husain jadi setiap mapel PAI aku selalu mampu*

[4] Hadiono Wijoyo dkk (2020). *Generasi Z dan Revolusi Industri 4.0*. Banyumas: CV.Pena Persada,hal.1-2.
[5] Hatim Gazali (2019). *Islam Untuk Generasi Z Mengajarkan Islam Dan Mendidik Muslim Generasi Z; Panduan Bagi Guru PAI*. Jakarta: Wahid Foundation, hal 6-7.

menjawab pertanyaan yang ditanyakan guru," dan mendapatkan lebih dari 4 ribu likes. Komentar lain dari akun @eghatompig mengatakan, "*Alhamdulillah makasih ya Husain, berkat nonton videomu tentang larangan meninggalkan sholat aku mendapat hidayah dan hijrah, belum lama tapi semakin candu dengan Islam."* Selain itu, terdapat pula berbagai komentar lain yang berisi pertanyaan-pertanyaan fikih, akidah, dalil, maupun peristiwa keagamaan.

Namun demikian, tidak semua konten keagamaan yang beredar di media sosial memiliki akurasi dan kedalaman ilmu yang memadai. Dalam beberapa kasus, konten viral justru menyederhanakan atau bahkan menyesatkan pemahaman ajaran Islam. Oleh karena itu, tantangan utama dalam belajar agama melalui media sosial adalah bagaimana generasi Z bisa memilah informasi secara kritis dan bertanggung jawab.

Selain Husain Basyaiban, terdapat pula sejumlah konten kreator lain seperti @syam_elmarusy, @dinda_ibrahim, @jihansalsabila44, @sandisetiadi_, dan lainnya yang aktif membagikan konten keagamaan dan edukasi Islam melalui media sosial. Konten-konten tersebut membahas berbagai tema seperti fikih, akidah, akhlak, tajwid, tarikh, dan sebagainya yang seringkali dikemas dalam bentuk video singkat yang menarik, ringkas, dan langsung pada inti pembahasan (to the point), sesuai dengan karakteristik generasi Z yang cenderung menyukai kecepatan, visualisasi, dan fleksibilitas.

Berdasarkan fenomena tersebut, persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan di media sosial menjadi hal yang sangat menarik untuk dikaji lebih dalam. Apakah konten-konten tersebut hanya sebatas hiburan religi, ataukah benar-benar membentuk minat dan pemahaman mereka terhadap ajaran Islam? Dari sinilah peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian dengan judul: **"Persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan di media sosial dan relevansinya dengan minat belajar agama Islam."**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka fokus permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

1. Bagaimanakah persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan di media sosial?
2. Sejauh mana persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan di media sosial tersebut memengaruhi minat generasi Z dalam belajar agama?

C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian
   a. Untuk mendeskripsikan persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan yang disajikan melalui media sosial.
   b. Untuk menganalisis sejauh mana persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan di media sosial dapat memengaruhi minat mereka dalam belajar agama.
2. Kegunaan Penelitian
   a. Kegunaan Teoritis

      Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu Pendidikan Agama Islam, khususnya yang berkaitan dengan karakteristik pembelajaran generasi Z di era digital. Penelitian ini memperkaya literatur mengenai hubungan antara persepsi terhadap konten keagamaan di media sosial dengan minat belajar agama Islam, serta memberikan gambaran mengenai bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran nonformal yang efektif.

      Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar pengembangan teori-teori pendidikan modern yang responsif terhadap perkembangan teknologi dan karakteristik generasi muda, terutama dalam konteks pendidikan agama berbasis media sosial.

   b. Kegunaan Praktis
      1) Bagi Generasi Z

         Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan dalam memanfaatkan media sosial sebagai media belajar agama, memotivasi untuk menggunakan waktu dengan menjelajah media sosial yang bermuatan edukasi terutama bidang keagamaan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Kemudian, memanfaatkan waktu luang untuk belajar agama sambil bermain media sosial, sehingga diharapkan dapat memicu mereka minat belajar agama Islam.

2) Bagi Guru PAI

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan guru untuk mengembangkan media belajar agama dengan menyajikan materi-materi keagamaan dalam bentuk konten menarik melalui media sosial. Lalu, menjadikan media sosial sebagai model belajar baru yang mampu menumbuhkan minat belajar dikalangan pelajar.

3) Bagi Orang Tua

Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar menjadi acuan dalam membimbing anaknya untuk memanfaatkan media sosial sebagai media belajar tidak hanya untuk hiburan. Selain itu, orang tua dapat memantau dan mengontrol waktu putra-putrinya dalam aktivitas bermedia sosial yang memiliki

4) Bagi Pengajar Agama

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru dan juga rujukan bagi pengajar agama generasi Z tentang bagaimana strategi pengajaran yang cocok untuk generasi Z di era media social saat ini.

5) Bagi content creator

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan untuk menciptakan konten-konten yang bermuatan edukasi secara inovatif.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

D. KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka merupakan telaah kritis terhadap sejumlah penelitian yang telah dilakukan dan relevan dengan penelitian yang sedang atau akan diteliti.[6] Berdasarkan penelusuran terhadap beberapa literatur yang berhubungan dengan

[6] Sri Sumarni (2012). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Insan Madani, hal.50.

penelitian yang diteliti, ditemukan beberapa karya ilmiah antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian Romario tahun 2019 membahas tentang Generasi Z, Media Sosial, dan Pencarian Agama dengan Studi Terhadap Tiga Sekolah Menengah Atas di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode etnografi dan life story. Disini menunjukkan bahwa siswa SMA yang disebut sebagai generasi Z. Mencari pengetahuan agama tidak hanya melalui kegiatan ekstrakurikuler seperti Rohis, melainkan juga melalui media sosial. Konsumsi generasi Z terhadap pengetahuan agama di media sosial tidak lepas dari proses panjang Islamisasi ruang publik di Indonesia. Islamisasi ruang publik ini mempengaruhi ruang media sosial sehingga banyak melahirkan konten keagamaan dan ustaz-ustaz populer dari berbagai latar belakang yang berbeda-beda yang disukai oleh anak muda. Penelitian ini mendemonstrasikan dua model konsumsi pengetahuan agama generasi Z. Pertama, generasi Z yang mengakses pengetahuan agama dari berbagai latar belakang ustaz. Kedua, generasi Z yang konsisten dalam mengakses pengetahan agama di media sosial berdasarkan kesamaan latar belakang afiliasi atau ormas agama. Penelitian ini berkontribusi dalam studi mengenai perubahan dan perkembangan siswa SMA dalam mencari pengetahuan agama.[7]
2. Penelitian Rizka Ichsanul Karim tahun 2020 membahas Kehidupan Beragama Generasi Z Dalam Era Digital dengan Studi Kasus Di Perumahan Purwokerto Indah (Purin) Kendal. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yakni eksplorasi yang mendalam tentang sistem yang terbatas atau dibatasi pengumpulan data yang ekstensif. Hasil dari penelitian ini diantaranya adalah 1) Meskipun keyakinan bersifat subyektif dan individu, keyakinan Generasi Z ikut didorong oleh pemahaman dari orang tua, materi pelajaran PAI yang disampaikan guru di sekolah, dan

[7] Romario (2019). *Generasi Z, Media Sosial, Dan Pencarian Agama: Studi Terhadap Tiga Sekolah dan Menengah Atas*. Tesis. Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tidak dipublikasikan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

tambahan pengetahuan keIslaman yang di dapat dari platform digital. Generasi Z memiliki pemahaman yang baik terhadap dasar-dasar keyakinan agama seperti rukun iman, urgensi agama, tujuan agama, dan fungsi agama. 2) Praktek keagamaan Generasi Z masih bercorak individual. Mereka kurang aktif dalam praktek kegiatan keagamaan yang bersifat komunal. Praktik keagamaan Generasi Z setia dan patuh terhadap tradisi sebagaimana yang dilakukan oleh orang tua mereka. Sikap teman sebaya, kepedulian dan konsistesi orangtua, serta karakteristik pribadi Generasi Z sendiri menjadi faktor yang mempengaruhi praktek keagamaan Generasi Z tersebut. 3) Konsekuensi agama Generasi Z meliputi hubungan sosial, hubungan keluarga, moral, praktis profesional dan fisik terlihat baik dalam perilaku keseharian. Lingkungan keluarga dan sosial serta karakteristik kehidupan beragama Generasi Z sendiri menjadi faktor yang ikut mempengaruhi konsekuensi agama Generasi Z. Kehidupan beragama Generasi Z di Perumahan PURIN Kendal mempunyai karakteristik khusus yaitu ketergantungan terhadap internet, praktek keagamaan bercorak individual, dan menerima pengaruh dari lingkungan.[8]

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah membahas tentang agama generasi Z. Adapun perbedaannya, penelitian diatas membahas tentang kehidupan beragama generasi Z, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang minat belajar agama Islam bagi generasi Z diera media social saat ini.

3. Penelitian Yuli Kristyowati, M.Th tahun 2021 ini membahas tentang Generasi Z dan Strategi Melayaninya. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif non hipotesis dengan metode pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah generasi Z memerlukan pelayanan rohani dengan doktrin yang Alkitabiah dalam design ibadah yang kreatif, juga memerlukan dukungan untuk pembentukan iman dan mental yang tangguh, dilatih menghadapi dunia

[8] Rizka I. Karim (2020), *Kehidupan Beragama Generasi Z Dalam Era Digital (Studi Kasus Di Perumahan Purwokerto Indah (Purin) Kendal).*Tesis. Magister Pendidikan Agama Islam, Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.

dengan memanfaatkan AI dan membangun personal branding untuk mengatasi masalah dan tantangan jaman. Generasi Z yang tangguh dalam iman akan membangun bangsa yang kuat bagi Tuhan. Dari hasil penelitian ini, disadari perlu dibuat kajian lanjutan tentang Gereja yang diperlukan oleh generasi Z.[9]

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah membahas tentang pemanfaatan media social (AI) sebagai sarana mempelajari agama. Sedangkan perbedaanya, penelitian diatas membahas bagaimana strategi melayani generasi Z, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang pandangan generasi Z terhadap peran agama dalam kehidupan mereka.

4. Penelitian Silviana Putri Kusumawati, Nafi'atun Nihaya, Hanafi Nurhuda Avicena, Dani Alamsyah tahun 2022 membahas tentang Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif. Hasil dari penelitian ini, Generasi Z adalah generasi yang dilahirkan ketika sudah adanya kemajuan ilmu pengetahuan, dan teknologi. Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi ini mengakibatkan pesatnya informasi yang terdapat di media massa. Manusia dalam lingkup generasi Z ini cenderung lebih paham akan teknologi yang tersedia. Berbagai teknologi yang tersedia memungkinkan adanya transfer ilmu pengetahuan menggunakan media massa. Dalam penggunaan media massa tentunya menimbulkan efek positif dan negatif. Salah satu efek positif dari pemanfaatan media massa adalah penyiaran dakwah Islam di media sosial. Penyiaran dakwah Islam ini melalui berbagai platform media sosial, seperti instagram, youtube, tik-tok, podcast, twitter hingga facebook. Penyampaian dakwah Islam melalui media sosial ini mengundang antusiasme bagi generasi Z untuk mendengarkan dan melihat dakwah-dakwah Islam yang berada di media massa. Generasi Z hampir

[9] Yuli Kristyowati (2021). *Generasi Z dan Strategi Melayaninya*. Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani, Vol 2, No 1. 23-24

disetiap harinya menggunakan media sosial. Sehingga, berbagai dakwah yang tersaji di media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu upaya penyiaran Islam. Penelitian ini meneliti terkait penyampaian dakwah Islam melalui media sosial dengan menggunakan metode penelitia deskriptif kualitatif dengan studi pustaka. Sehingga data yang dihasilkan berasal dari jurnal ilmiah yang kemudian disusun menggunakan kalimat-kalimat teoretis yang valid.[10] Persamaan penelitian diatas dengan penelitian peneliti adalah pembahasan tentang media social dan generasi Z. Adapun perbedaannya, penelitian diatas membahas bagaimana penyampaian dakwah kepada generasi Z melalui media social, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang bagaimana ketertarikan generasi Z terhadap konten keagamaan di media social yang mungkin akan mempengaruhi peran agama bagi kehidupan generasi Z.

5. Penelitian Mirza Mahbub Wijaya dan Duwi Miyanto tahun 2022 membahas tentang Pelaksanaan Pendidikan Spiritual pada Siswa Generasi Z. Jenis penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dengan berbagai literatur mengenai pendidikan spiritual. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Secara karakteristik, pendekatan fenomenologi akan menunjukkan pemahaman mendalam tentang pendidikan spiritual bagi peserta didik generasi z. Hasil dari penelitian ini adalah pada usia remaja generasi Z mulai muncul kekritisan dalam merangkum pemikiran-pemikiran keagamaan baik dari segi pemikiran maupun pertumbuhan mentalnya. Kekritisan yang dimaksud bisa berupa kebosanan atau kebosanan dalam mengikuti uraian yang disampaikan oleh guru Agama di sekolah, apalagi jika metodologi pengajarannya monoton dan berbau indoktrinasi. Jadi mereka mulai menunjukkan tanggapan yang tidak menyenangkan terhadap materi keagamaan yang dikemas di sekolah. Dikarenakan sebagian besar waktu

[10] Silviana Putri Kusumawati et al (2022). *Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z.* AL-INSAN: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam 3, no. 1: 1–14.

mereka dihabiskan untuk menonton TV, pergi ke mall, berkencan, dan lain-lain.[11]

Persamaan antara penelitian diatas dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas karakteristik generasi Z. Sedangkan perbedaannya, penelitian diatas membahas tentang Pelaksanaan Pendidikan Spiritual pada Generasi Z sedangkan penelitian ini membahas tentang minat belajar agama Islam generasi Z.

6. Penelitian Addib Wahyu Hidayat, Ahmad Najeri, Nadia Mei Safitri, Noorhikmah Maulina, Nor Azizah tahun 2022 membehas tentang Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah Untuk Mengantisipasi Kerawanan Sosial generasi Z. Metode yang digunakan dalam pembuatan artikel ini adalah metode pendekatan kualitatif dan jenis deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pemanfaatan media social sebagai sarana dakwah untuk mengantisipasi kerawanan pada generasi Z merupakan hal yang efektif untuk dilakukan bahkan merupakan hal yang seharusnya memang dilakukan. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, sarana dalam berdakwah pun harus mengalami peningkatan, yakni dengan menggunakan media social yang banyak dan sering digunakan setiap orang sepanjang waktu. Meskipun media social meruapakan sarana yang efektif tapi tidak bisa dienyahkan juga beberapa efek-efek negatifnya seperti beredarnya informasi yang tidak benar. Sehingga dalam pemanfaatannya harus disertai dengan adab-adab dalam bermedia social, bijak dan selektif dalam menerima informasi apapun.[12]

   Persamaan penelitian diatas dengan penelitian peneliti adalah pembahasan mengenai generasi Z dan media social. Adapun perbedaannya, penelitian diatas meneliti bagaimana pemanfaatan media social sebagai sarana dakwah

[11] Duwi Miyanto,Mirza Mahbub Wijaya (2022). *Pelaksanaan Pendidikan Spiritual pada Siswa Generasi Z.* Andragogi: Jurnal Diklat Teknis Pendidikan dan Keagamaan. Vol 10.No 2.

[12] Addib Wahyu Hidayat et al (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Untuk Mengantisipasi Kerawanan Sosial Generasi Z*. Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya 1, no. 6: 1–10, https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/article/view/36.

bagi generasi Z, sedangkan penelitian peneliti meneliti ketertarika generasi Z terhadap konten keagamaan di media social yang mungkin akan berdampak pada peran agama dalam kehidupan generasi Z.

7. Penelitian Muhammad Soleh dan I Kuncoro tahun 2023 membahas tentang Menggali Budaya Baru Dan Implikasinya Bagi Keagamaan Gen-Z: Perspektif Sosiologi Dan Antropologi Masyarakat Di Era Kontemporer. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan sosiologi dan antropologi masyarakat, penelitian ini menganalisis perubahan budaya Generasi Z dan dampaknya terhadap dimensi keagamaan. Hasilnya menunjukkan bahwa budaya baru memiliki implikasi signifikan bagi keagamaan Generasi Z, termasuk perubahan praktik keagamaan, eksplorasi bentuk keagamaan yang individualistik, dan perhatian terhadap dimensi sosial dan kemanusiaan. Penelitian ini memberikan pemahaman luas tentang dinamika keagamaan Generasi Z dalam budaya baru kontemporer dan implikasinya yang penting dalam menghadapi perubahan budaya.[13]

   Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang keagamaan generasi Z. Adapun perbedaannya, penelitian diatas menganalisis perubahan budaya generasi Z dan dampaknya terhadap dimensi keagamaan, sedangkan penelitian peneliti menganalisis minat belajar agama Islam generasi Z serta peran agama bagi kehidupan mereka.

8. Penelitian Saifuddin Zuhri, Sela Halimatus, Farah Faizah, Rahmatullah Annafi Titian Kasih,Eka Asa Setyaning Pratiwi, Mutiara Shinta Dewi tahun 2024 membahas tentang Pengaruh Media Sosial Dan Platform Digital terhadap Pemahaman Agama Islam Di Kalangan Generasi Z. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Mayoritas responden menggunakan platform Tiktok, yang menawarkan beragam konten dan pembelajaran mengenai agama Islam. Namun,

[13] Muhammad Soleh and I Kuncoro (2023). *Menggali Budaya Baru Dan Implikasinya Bagi Keagamaan Gen-Z: Perspektif Sosiologi Dan Antropologi Masyarakat Di Era Kontemporer*. Al Irsyad: Jurnal Studi Islam 2, no. 2: 83–92, https://doi.org/10.54150/alirsyad.v2i2.223.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

meskipun media sosial memfasilitasi akses informasi tentang agama, generasi Z mengalami kesulitan membedakan informasi benar dan salah tentang agama Islam di media sosial, dan sering mendapatkan informasi yang bertentangan. Hal ini dapat menimbulkan dampak negatif seperti kesalahpahaman, keraguan, polarisasi, dan bahkan radikalisme. Generasi Z menyadari pentingnya literasi digital sebelum mengonsumsi informasi tentang agama Islam di media sosial dan platform digital. Oleh karena itu, perlu adanya edukasi literasi digital, penyediaan konten agama yang benar, dan dialog edukasi yang berkelanjutan untuk membantu generasi Z memahami agama Islam secara komprehensif dan kontekstual. Penting bagi generasi Z untuk menggunakan media sosial dan platform digital secara bertanggung jawab dan bijak dalam mempelajari agama Islam. Upaya edukasi dan penyediaan konten yang kredibel perlu dilakukan untuk membantu generasi Z memahami agama Islam dengan lebih baik.[14]

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah pemanfaatan media social sebagai sarana belajar agama generasi Z. Adapun perbedaannya, penelitian diatas membahas pentingnya literasi digital bagi generasi Z, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang ketertarikan generasi Z terhadap konten keagamaan di media social yang mungkin akan mempengaruhi minat belajar agama Islam mereka.

9. Penelitian Hisny Fajrussalam, Ayva Tuzqya Fattikasary, Hanifa Shofuroh, Khansa Pramesti, dan Khoerunnisa Nur Fadillah tahun 2024 membahas tentang Pengaruh Sosial Media Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam terhadap Gen Z. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa di era teknologi yang berkembang pesat saat ini, dimana internet dan media sosial memegang peranan penting, penting bagi kita untuk mengelola platform-platform tersebut secara efektif untuk

[14] Saifuddin Zuhri et al (2024). *Analisis Pengaruh Media Sosial Dan Platform Digital Terhadap Pemahaman Agama Islam Di Kalangan Generasi Z*. Relinesia: Jurnal Kajian Agama Dan Multikulturalisme Indonesia 3, no. 2: 1–11, http://jurnal.anfa.co.id/index.php/relinesia.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

melindungi Generasi Z dari pengaruh radikalisme. Maraknya berbagai platform media sosial telah membuka jalan bagi dakwah virtual, khususnya dalam melibatkan Generasi Z. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan fenomena dampak media sosial terhadap peningkatan pemahaman Islam di kalangan Generasi Z. Dakwah memiliki potensi yang sangat besar sebagai sumber motivasi, bimbingan. Ia memiliki potensi yang sangat besar sebagai sumber motivasi, bimbingan, dan struktur dalam kehidupan individu. Saat ini, salah satu strategi dakwah yang paling efektif adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama menyebarkan kebenaran yang bersumber dari ajaran Al-Quran dan Al-Hadits.[15]

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas pemanfaatan media social bagi generasi Z sebagai sarana memahami agama Islam. Adapun perbedaanya, penelitian diatas membahas bagaimana cara peningkatan penggunaan media social sebagai sarana dakwah Islam, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang seberapa besar ketertarikan generasi Z terhadap konten keagamaan di media social.

10. Penelitian Johan Marsha Valentino, Amelia Mutia Rayyan,Olivia Miftahul Jannah, Rino Damara, Aova Aulia Fradika, dan Saifuddin Zuhri tahun 2024 membahas tentang Dampak Penggunaan Gadget pada Generasi Z Dalam Bersosialisasi dan Beragama. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan pendapat di antara responden terkait dampak gadget, di mana sebagian merasa dampaknya positif sedangkan sebagian lainnya merasakan dampak negatif. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif dari orang tua dan pendidik dalam memantau serta memberikan bimbingan kepada generasi Z agar mereka dapat menggunakan gadget secara sehat dan seimbang dalam

[15] Hisny Fajrussalam et al (2024). *Pengaruh Sosial Media Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam terhadap Gen Z.* Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10(16): 413-422.

kehidupan mereka. Ini menegaskan pentingnya peran orang tua dan pendidik dalam membentuk pola penggunaan gadget yang positif bagi generasi Z demi menjaga keseimbangan antara kehidupan sosial dan nilai-nilai keagamaan mereka.[16]

Persamaan penelitian diatas dengan penelitian peneliti adalah pembahasannya mengenai generasi Z dalam beragama. Adapun perbedaannya, penelitian diatas menganalisis dampak penggunaan gadget pada Generasi Z dalam beragama, sedangkan penelitian peneliti menganalisis bagaimana konten keagamaan di media social dapat mempengaruhi peran agama dalam kehidupan generasi Z.

Dari uraian penelitian terdahulu di atas, tampak bahwa penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti pengaruh media sosial terhadap pemahaman agama atau pola dakwah digital. Penelitian ini hadir untuk melengkapi celah tersebut dengan menitikberatkan pada persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan di media sosial dan dampaknya terhadap minat belajar agama Islam, khususnya di konteks lokal Desa Jatimulyo.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[16] Johan Marsha Valentino et al (2024). *Dampak Penggunaan Gadget Pada Generasi Z Dalam Bersosialisasi Dan Beragama*. IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary 2, no. 4: 74–82, https://journal.csspublishing/index.php/ijm.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *"Persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan di media social dan relevansinya dengan minat belajar agama Islam "*, dapat disimpulkan bahwa:

1. Generasi Z dalam penelitian ini memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap konten keagamaan di media sosial. Persepsi positif tersebut terlihat dari ketertarikan subjek terhadap konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, disajikan secara singkat, komunikatif, kreatif, visual, dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Konten yang tidak menggurui, tidak terlalu kaku, serta mampu mengaitkan ajaran agama dengan persoalan yang dekat dengan kehidupan generasi muda lebih mudah diterima dan mendapatkan perhatian. Hasil observasi juga memperlihatkan adanya berbagai bentuk respons terhadap konten tersebut, seperti menyukai, menyimpan, menonton kembali, memberikan komentar, membagikan, dan memposting ulang. Namun, persepsi positif tersebut bersifat selektif. Subjek tetap mempertimbangkan isi, sumber, dalil, latar belakang penyampai, serta kesesuaian informasi sebelum menerima suatu konten sebagai bahan belajar. Dengan demikian, Generasi Z tidak menerima seluruh konten keagamaan hanya karena disajikan melalui media sosial, tetapi tetap melakukan penilaian berdasarkan kebutuhan, pengalaman, cara penyampaian, dan tingkat kepercayaan terhadap sumber.
2. Persepsi positif terhadap konten keagamaan di media sosial memiliki peran dalam menumbuhkan minat belajar agama Islam pada Generasi Z yang menjadi subjek penelitian. Pengaruh tersebut terlihat dari munculnya rasa ingin tahu, keinginan mencari penjelasan lebih lanjut, mengikuti kajian atau kelas online, mencari artikel dan video yang lebih mendalam, bertanya kepada guru PAI, ustaz, atau dosen, serta menyimpan dan mengikuti konten

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

yang dianggap bermanfaat. Pada sebagian subjek, ketertarikan tersebut juga berlanjut pada refleksi diri dan penerapan nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, seperti memperbaiki ibadah, lebih berhati-hati dalam berbicara, memperbaiki sikap terhadap orang lain, dan meningkatkan kesadaran terhadap perilaku. Karena penelitian ini bersifat kualitatif, pengaruh tersebut tidak diukur dengan angka, tetapi dipahami melalui pengalaman dan tindakan subjek setelah berinteraksi dengan konten keagamaan. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi salah satu pintu masuk yang memunculkan minat belajar agama, terutama ketika konten yang diterima dianggap relevan, menarik, mudah dipahami, dan dapat dipercaya.

3. Meskipun mayoritas subjek menunjukkan persepsi positif, penelitian ini juga menemukan adanya penilaian negatif terhadap konten keagamaan tertentu. Penilaian negatif muncul ketika konten dianggap monoton, terlalu menggurui, kurang jelas sumbernya, terlalu dangkal, atau ketika terdapat perbedaan informasi yang membuat subjek bingung. Kondisi tersebut dapat menyebabkan subjek melewati konten, berhenti menonton, atau mencari sumber lain yang dianggap lebih dapat dipercaya. Namun, penilaian negatif terhadap suatu konten tidak selalu berarti hilangnya minat belajar agama secara keseluruhan. Pada beberapa subjek, ketika menemukan konten yang diragukan, mereka justru melakukan pencarian ulang dan membandingkannya dengan sumber lain. Oleh karena itu, temuan penelitian menunjukkan bahwa persepsi Generasi Z terhadap konten keagamaan di media sosial bersifat dinamis dan selektif, sedangkan minat belajar agama dapat tumbuh apabila konten mampu memberikan pengalaman belajar yang relevan, nyaman, bermakna, dan dapat dipercaya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *"Persepsi generasi Z terhadap konten keagamaan di media social dan relevansinya dengan minat belajar agama Islam "*, peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Generasi Z

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Disarankan agar Generasi Z dapat memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana untuk menambah pengetahuan dan minat belajar agama Islam, tetapi tetap bersikap selektif dalam menerima setiap informasi. Konten yang menarik secara visual dan mudah dipahami tidak selalu menunjukkan bahwa isi materinya sudah benar dan lengkap. Oleh karena itu, ketika menemukan informasi yang belum jelas, berbeda dengan sumber lain, atau menimbulkan keraguan, sebaiknya mencari penjelasan dari guru PAI, ustaz, dosen, buku, atau sumber keagamaan yang dapat dipercaya. Ketertarikan yang muncul setelah melihat konten juga sebaiknya dilanjutkan dengan kegiatan belajar yang lebih mendalam agar media sosial tidak hanya menjadi tempat menonton konten keagamaan, tetapi dapat menjadi pintu awal menuju proses belajar agama yang berkelanjutan.

2. Bagi Guru PAI

   Guru PAI diharapkan dapat menyesuaikan penyampaian materi dengan karakteristik Generasi Z yang dekat dengan media sosial dan cenderung tertarik pada materi yang visual, ringkas, komunikatif, dan berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media pendukung pembelajaran, misalnya melalui video pendek, ilustrasi, studi kasus, atau bahan diskusi yang dekat dengan pengalaman peserta didik. Namun, penggunaan media sosial tetap perlu disertai penjelasan guru agar peserta didik dapat memahami materi secara lebih utuh dan tidak hanya menerima informasi secara singkat. Guru juga dapat menggunakan konten yang ditemukan peserta didik sebagai bahan diskusi untuk membantu mereka memahami perbedaan pendapat dan menentukan sumber yang tepat.

3. Bagi Orang Tua

   Orang tua diharapkan dapat memberikan pendampingan dan arahan dalam penggunaan media sosial, khususnya ketika anak mengakses konten keagamaan. Pendampingan dapat dilakukan melalui komunikasi dan diskusi ringan mengenai isi konten yang ditonton, bukan hanya melalui pembatasan penggunaan media sosial. Orang tua dapat mengajak anak membicarakan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

nilai agama yang diperoleh dari konten serta mengarahkan anak untuk mencari penjelasan yang lebih tepat apabila menemukan informasi yang belum jelas. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi salah satu sarana yang mendukung pembelajaran agama dalam keluarga.

4. Bagi Content Creator

   Para kreator konten keagamaan diharapkan terus berinovasi dalam menyajikan konten yang menarik bagi generasi muda, tetapi tetap memperhatikan ketepatan dan kejelasan materi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z lebih mudah tertarik pada konten yang relevan, komunikatif, visual, ringan, dan tidak menggurui. Oleh karena itu, gaya penyampaian yang dekat dengan kehidupan generasi muda dapat dipertahankan tanpa mengurangi kualitas isi. Kreator juga diharapkan mencantumkan sumber atau dalil yang jelas agar audiens memiliki dasar dalam memahami materi dan dapat membedakan antara penjelasan keagamaan dengan pendapat pribadi.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada jumlah subjek dan cakupan wilayah penelitian. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas lokasi penelitian dan melibatkan subjek dengan latar belakang yang lebih beragam sehingga dapat memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai persepsi Generasi Z terhadap konten keagamaan di media sosial. Peneliti selanjutnya juga dapat memfokuskan penelitian pada platform tertentu atau jenis konten keagamaan tertentu, serta membandingkan karakteristik subjek berdasarkan usia, lingkungan pendidikan, atau latar belakang lainnya. Selain itu, penelitian dengan pendekatan kuantitatif atau metode campuran dapat dilakukan untuk melihat kecenderungan hubungan antara persepsi terhadap konten keagamaan dan minat belajar agama pada jumlah responden yang lebih besar.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Al Fuad, Z. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat belajar siswa kelas I SDN 7 Kute Panang. *Tunas Bangsa Journal, 3*(2).

Ali, M. (2004). *Strategi pendidikan penelitian*. Angkasa.

Amosh Hatch, J. (2002). *Doing qualitative research in education settings*. State University of New York Press.

Andika, S., & Syahputra, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *JESYA (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 4*(2).

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) daring*. https://kbbi.kemdikbud.go.id/

Campbell, H. A. (2012). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.

Crow, A., & Crow, L. (2018). *Psikologi belajar*. Bima Ilmu.

Desmita. (2017). *Psikologi perkembangan peserta didik: Panduan bagi orang tua dan guru dalam memahami psikologi anak usia SD, SMP, dan SMA*. PT Remaja Rosdakarya.

Djamarah, S. B. (2008). *Psikologi belajar*. Rineka Cipta.

Fadillah, A. (2016). Analisis minat belajar dan bakat terhadap hasil belajar matematika siswa. *Mathline: Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika, 1*(2).

Fajrussalam, H., Fattikasary, A. T., Shofuroh, H., Pramesti, K., & Fadillah, K. N. (2024). Pengaruh sosial media dalam meningkatkan pemahaman agama Islam terhadap Gen Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10*(16), 413–422.

Febriyanti, C., & Seruni. (2014). Peran minat dan interaksi siswa dengan guru dalam meningkatkan hasil belajar matematika. *Jurnal Formatif, 4*(3), 249.

Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company.

Gazali, H. (2019). *Islam untuk generasi Z: Mengajarkan Islam dan mendidik Muslim generasi Z; Panduan bagi guru PAI*. Wahid Foundation.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Hidayat, A. W., Najeri, A., Safitri, N. M., Maulina, N., & Azizah, N. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah untuk mengantisipasi kerawanan sosial generasi Z. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya, 1*(6), 1–10.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1).

Karim, R. I. (2020). *Kehidupan beragama Generasi Z dalam era digital (Studi kasus di Perumahan Purwokerto Indah (Purin) Kendal)* [Tesis magister, Universitas Islam Negeri Walisongo].

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Badan Litbang dan Diklat, Kementerian Agama RI.

Kristyowati, Y. (2021). Generasi Z dan strategi melayaninya. *Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani, 2*(1).

Lodico, M., Spaulding, D., & Voegtle, K. (2006). *Methods in educational research: From theory to practice*. Jossey-Bass.

McQuail, D. (2011). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.

Miyanto, D., & Wijaya, M. M. (2022). Pelaksanaan pendidikan spiritual pada siswa Generasi Z. *Andragogi: Jurnal Diklat Teknis Pendidikan dan Keagamaan, 10*(2).

Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

Nadila, S. M. (2022). Generasi Z: Si paling healing vs. si pembawa perubahan. *Jurnal Peneliti di Bidang Sosiologi di Direktorat Kebijakan Ekonomi, Ketenagakerjaan dan Pengembangan Regional BRIN*. https://pmb.brin.go.id/generasi-z-si-paling-healing-vs-si-pembawa-perubahan/

Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.

Nisa, Y. F., et al. (2018). *Gen Z: Kegalauan identitas keagamaan*. Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Jakarta.

Ormrod, J. E. (2009). *Psikologi pendidikan: Membantu siswa tumbuh dan berkembang* (Jilid 1). Erlangga.

Pratama, H. C. (2012). *Cyber smart parenting*. Visi Anugerah Indonesia.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Purwanto. (2010). *Evaluasi hasil belajar*. Pustaka Pelajar.

Putri, V. K. A. (2015). Media sosial terintegrasi dalam komunikasi pemasaran brand: Studi komparasi pemanfaatan media sosial oleh high dan low involvement decision brand. *Jurnal Komunikasi Indonesia, 4*(2).

Rahmat, J. (2004). *Psikologi komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Romario. (2019). *Generasi Z, media sosial, dan pencarian agama: Studi terhadap tiga sekolah menengah atas* [Tesis, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta].

Sahidah, A. (2021). Dakwah digital di era milenial. *Jurnal Komunikasi Islam, 11*(2).

Santosa, E. T. (2015). *Raising children in digital era*. Elex Media Komputindo.

Sarosa, S. (2012). *Dasar-dasar penelitian kualitatif*. Indeks.

Silviana, P. K., Nihaya, N., Avicena, H. N., Alamsyah, D., et al. (2022). Penyampaian dakwah Islam di media sosial bagi Generasi Z. *AL-INSAN: Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam, 3*(1), 1–14.

Slameto. (1995). *Belajar dan faktor-faktor yang memengaruhinya*. PT Rineka Cipta.

Soleh, M., & Kuncoro, I. (2023). Menggali budaya baru dan implikasinya bagi keagamaan Gen-Z: Perspektif sosiologi dan antropologi masyarakat di era kontemporer. *Al Irsyad: Jurnal Studi Islam, 2*(2), 83–92. https://doi.org/10.54150/alirsyad.v2i2.223

Stillman, D., & Stillman, J. (2018). *Gen Z @ work: How the generation is transforming the workplace* (L. Jusuf, Trans.). Gramedia.

Sugiyono. (2007). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Elfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sumarni, S. (2012). *Metodologi penelitian pendidikan*. Insan Madani.

Valentino, J. M., Rayyan, A. M., Jannah, O. M., Damara, R., Fradika, A. A., & Zuhri, S. (2024). Dampak penggunaan gadget pada Generasi Z dalam bersosialisasi dan beragama. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary, 2*(4), 74–82.

Walgito, B. (2004). *Pengantar psikologi umum*. Andi.

Wijoyo, H., et al. (2020). *Generasi Z dan revolusi industri 4.0*. CV Pena Persada.

Zarella, D. (2010). *The social media marketing book*. O'Reilly Media.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Zuhri, S., Halimatus, S., Faizah, F., Kasih, R. A. T., Pratiwi, E. A. S., & Dewi, M. S. (2024). Analisis pengaruh media sosial dan platform digital terhadap pemahaman agama Islam di kalangan Generasi Z. *Relinesia: Jurnal Kajian Agama dan Multikulturalisme Indonesia, 3*(2), 1–11.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA