

## PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN POLA PIKIR DAN PERILAKU KEAGAMAAN MAHASISWA

Tantri P. H. Handulusih<sup>1</sup>, Nabila F. Salma<sup>2</sup>, Friska A. Utari<sup>3</sup>, Pingky Sitianingrum<sup>4</sup>, Saifuddin Zuhri<sup>5</sup>

Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur

<sup>2</sup>, [23033010057@student.upnjatim.ac.id](mailto:23033010057@student.upnjatim.ac.id)<sup>3</sup>, [23033010059@student.upnjatim.ac.id](mailto:23033010059@student.upnjatim.ac.id)<sup>4</sup>,

[saifuddin\\_zuhri.ilkom@upnjatim.ac.id](mailto:saifuddin_zuhri.ilkom@upnjatim.ac.id)<sup>5</sup>

### Abstrak

Pesatnya kemajuan teknologi membawa pengaruh yang besar terhadap perkembangan media sosial. Mahasiswa merupakan kelompok yang tengah berada dalam masa transisi menuju kedewasaan, dimana kini mereka sedang mengembangkan identitas dan jati diri mereka, nilai-nilai dan pandangan hidup mereka. Dalam konteks ini, pengaruh media sosial dapat berperan penting dimana dapat membentuk pola pikir dan perilaku dari Mahasiswa termasuk dalam hal keagamaan. Pada penelitian ini menganalisis bagaimana aktivitas penggunaan media sosial mempengaruhi perubahan pola pikir dan perilaku keagamaan siswa. Metode kuantitatif digunakan dengan mengumpulkan data melalui survei terhadap mahasiswa dari berbagai universitas di Indonesia, dengan kuesioner sebagai alat utama. Hasil ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk pola pikir dan perilaku keagamaan siswa.

**Kata kunci:** Agama, Media Sosial, Mahasiswa, Perilaku, Pola Pikir

### Abstrak

*Rapid technological advances have had a major influence on the development of social media. Students are a group that is in a transition period towards adulthood, where they are developing identity and identity, values and outlook on life. In this context, the influence of social media can play an important role that can shape the mindset and behavior of students, including in terms of religion. This study analyzes how social media usage activities affect changes in students' mindset and religious behavior. Quantitative methods were used by collecting data through a survey of students from various universities in Indonesia, with questionnaires as the main tool. The results showed that social media plays an important role in shaping students' mindset and religious behavior.*

**Keywords:** Religion, Social Media, College Students, Attitude, Mindset

## 1. Pendahuluan

Media sosial yang populer saat ini, seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, telah menciptakan gaya hidup baru dalam kehidupan sosial masyarakat. Media sosial merupakan salah satu platform yang memungkinkan setiap penggunanya berinteraksi satu sama lain serta dapat menciptakan ruang untuk para pengguna bergabung dengan komunitas atau kelompok tertentu sesuai minat seperti olahraga, keagamaan, politik, hewan peliharaan atau makanan. Pengguna kerap kali menyampaikan pengalaman, pesan, dan minat mereka kepada para audiens melalui platform ini. Pesatnya kemajuan teknologi kini membawa pengaruh yang sangat signifikan terhadap perkembangan media sosial. Media sosial ini juga memfasilitasi komunikasi antar individu, kelompok atau sebuah organisasi. Menurut Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan konvergensi antar komunikasi personal dalam arti berbagi antar individu dan media publik untuk

berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Banyak sekali jenis media sosial yang beredar di kalangan pengguna, akan tetapi terdapat platform yang ramai digunakan seperti X, Instagram, Tiktok, dan Facebook. Menurut Sari et al., (2018) kemajuan informasi dan teknologi dalam konteks globalisasi yang semakin cepat turut mempengaruhi peningkatan penggunaan media sosial di masyarakat.

Berdasarkan data dari Play Store, jumlah pengguna media sosial bervariasi secara signifikan di antara platform-platform tersebut. Instagram dan Facebook berada di puncak dengan masing-masing lebih dari 5 miliar unduhan, menandakan dominasi dan popularitas yang sangat tinggi dari kedua platform ini. Angka ini menunjukkan bahwa Facebook dan Instagram terus menjadi pilihan utama untuk berbagi konten, berinteraksi, dan mendapatkan informasi. TikTok, meskipun lebih baru dibandingkan yang lain, telah mencapai lebih dari 500 juta unduhan, mencerminkan pertumbuhan pesatnya berkat format video pendek yang sangat menarik bagi banyak pengguna. Sementara itu, X (dulu dikenal sebagai Twitter) telah mengumpulkan lebih dari 1 miliar unduhan, menunjukkan bahwa platform ini tetap relevan dan banyak digunakan untuk komunikasi dan berbagi informasi secara real-time. Data ini menyoroti perbedaan preferensi pengguna terhadap berbagai platform media sosial, dengan setiap platform menawarkan fitur unik yang menarik bagi penggunanya.

Media sosial memiliki beragam jenis konten seperti gambar atau foto, video, tulisan, berita dan yang lainnya. Dengan adanya beragam jenis konten yang disajikan ini, media sosial kini dapat menjadi wadah diskusi untuk pertukaran ide, hiburan, dan informasi. Dimana konten yang viral dapat memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk berbagai opini publik yang akhirnya memicu diskusi online. Menurut Fitriani (2018) media sosial akan memiliki dampak yang besar dalam pandangan orang banyak yang akhirnya menggiring opini publik, baik yang benar maupun yang tidak benar. Kejadian atau peristiwa penting dapat memengaruhi sudut pandang masyarakat terhadap suatu isu..

Dari berbagai jenis kalangan masyarakat, mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang tingkat keaktifannya dalam media sosial tinggi. Hal ini bukan merupakan hal yang baru, mengingat bahwa mahasiswa adalah bagian dari generasi yang tumbuh dengan teknologi digital dimana mereka terbiasa dengan penggunaan media sosial sejak muda. Menurut Ferlitasari & Rosana (2020) Pengguna media sosial yang paling dominan atau terbanyak berasal dari kalangan remaja karena remaja cenderung lebih cepat mengadopsi teknologi baru dan fitur-fitur terbaru dari platform media sosial, menjadikan mereka kelompok pengguna yang paling dinamis dan berpengaruh. Hadirnya media sosial kini menjadi bagian internal dan rutinitas sehari-hari mereka, baik untuk interaksi sosial, kegiatan akademis maupun untuk mengakses informasi.

Mahasiswa merupakan kelompok yang tengah berada dalam masa transisi menuju kedewasaan, dimana kini mereka sedang mengembangkan identitas dan jati diri mereka, nilai-nilai dan pandangan hidup mereka. Dalam konteks ini, pengaruh media sosial dapat berperan penting dimana dapat membentuk pola pikir dan perilaku dari mahasiswa termasuk dalam hal keagamaan. Melalui media sosial, mahasiswa dapat terpapar oleh berbagai pandangan pemikiran yang sangat beragam, termasuk kaitannya dengan keagamaan. Media sosial juga menjadi satu pilihan mahasiswa yang memandang kajian sumber keagamaan dapat diakses tidak terbatas ruang dan waktu (Aisa & Lisvita, 2020). Dengan konten keagamaan yang ada mereka dapat berinteraksi dengan berbagai macam orang dari latar belakang

yang berbeda, melihat konten yang menginspirasi, maupun terlibat dalam diskusi tentang isu-isu keagamaan.

Namun demikian, tidak semua penggunaan media sosial bagi mahasiswa berdampak baik. Di satu sisi, media sosial ini mampu menjadi sarana untuk memperkuat nilai-nilai keagamaan dan keyakinan seseorang. Akan tetapi di sisi lain, media sosial ini dapat menjadi hal yang buruk apabila tidak digunakan secara bijak, media sosial dapat menjadi tempat dimana para mahasiswa terdapat berbagai konten yang bertentangan dengan nilai-nilai keagamaan dan dapat menjadi salah satu faktor yang dapat menurunkan tingkat keterlibatan keagamaan. Ghaisani (2021) dalam penelitiannya menyatakan, penggunaan media sosial secara terus menerus dapat menjadikan seseorang memiliki perilaku keagamaan yang tidak baik, yakni soal adab dalam berbicara dan upaya mereka untuk menjaga kehormatan diri.

Keagamaan adalah sebuah sistem yang mengatur kepercayaan dan peribadatan kepada Tuhan Yang Mahakuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dan lingkungannya. Keagamaan memiliki peran penting dalam membentuk karakter, perilaku, dan nilai-nilai dalam masyarakat, serta berfungsi sebagai sumber kekuatan dan motivasi bagi seseorang. Menurut Syukri et al., (2019) Keagamaan merupakan aspek yang melekat dalam praktik keagamaan, yang mencakup segala hal yang berkaitan dengan agama. Latihan keagamaan merupakan sikap yang berkembang atau dimiliki oleh individu, yang secara alami akan mempengaruhi perilaku dan tindakan mereka dalam kehidupan sehari-hari. Dalam agama Islam keagamaan adalah inti dari kehidupan umat Muslim. Ini mencakup keyakinan, praktik ibadah, moralitas, dan aturan perilaku yang diatur dalam Al-Quran serta Hadis.

## 2. Metodologi

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas penggunaan media sosial dapat merubah pola pikir serta perilaku keagamaan mahasiswa. Menurut Punch (1988) dalam penelitian Ali (2022) Penelitian kuantitatif adalah sebuah penyelidikan tentang masalah sosial berdasarkan pada pengujian sebuah teori yang terdiri dari variabel-variabel, diukur dengan angka, dan dianalisis dengan prosedur statistik untuk menentukan apakah generalisasi prediktif teori tersebut benar. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dari responden adalah metode survei, yaitu dengan pengambilan sampel dari beberapa mahasiswa di berbagai Universitas dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Populasi penelitian adalah mahasiswa dengan umur 18-23 tahun yang aktif dalam menggunakan media sosial dalam aktivitas atau kegiatan setiap harinya. Setelah proses pengambilan data, dilakukan proses analisis dari jawaban responden yang telah didapat dilanjut dengan penarikan kesimpulan terhadap hasil.

## 4. Hasil dan Pembahasan

Mahasiswa sering menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan, seperti mencari informasi akademis hingga mencari komunitas yang memiliki minat dan keyakinan yang sama. Frekuensi penggunaan media sosial ini berkaitan erat dengan perubahan pola pikir dan perilaku keagamaan mereka. Penggunaan media sosial yang sering memungkinkan mereka terpapar pada berbagai perspektif keagamaan, baik yang mendukung maupun yang menantang keyakinan mereka yang ada. Apalagi di era revolusi industri 4.0 ini perkembangan teknologi semakin maju dan memudahkan manusia dalam proses pencarian dan penyebaran informasi (Wiryani et al., 2022).

Dalam penelitian ini kami melakukan survei terhadap seberapa sering mahasiswa aktif menggunakan media sosial dalam satu hari. dari hasil survei didapatkan temuan yang dirangkum dalam beberapa diagram berikut.

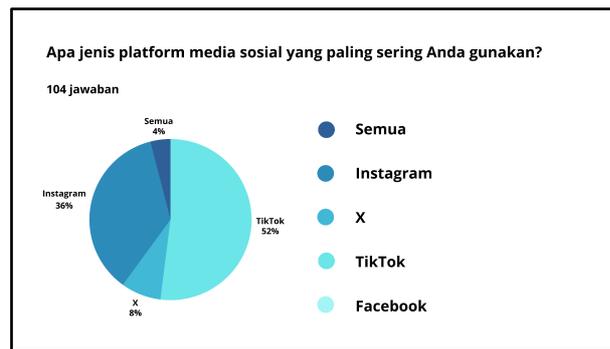


Gambar 1. Frekuensi Penggunaan Media Sosial Mahasiswa Dalam sehari

Dari hasil survei didapatkan data yang menunjukkan bahwa sebanyak 64% mahasiswa sangat sering menggunakan media sosial dalam kegiatan dan aktivitas sehari-hari mereka. Salah satu alasan utama mengapa mahasiswa sangat sering menggunakan media sosial bisa disebabkan oleh ketersediaan teknologi yang semakin maju serta penyebaran internet yang semakin luas. Hal ini yang menjadikan mahasiswa dengan mudah mengakses berbagai platform media sosial yang ada. Selain itu, keberadaan mahasiswa dalam fase dimana penting untuk berinteraksi sosial dan jaringan pertemanan menjadi faktor lain. Hasil ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan mahasiswa modern, mempengaruhi berbagai aspek mulai dari hubungan sosial hingga ekspresi diri dan identitas keagamaan.

Sementara itu, hanya 8% responden yang mengaku pernah menggunakan media sosial. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian kecil mahasiswa memilih untuk tidak terlibat aktif atau jarang menggunakan platform media sosial. Ada beberapa faktor yang bisa menjelaskan mengapa persentase ini rendah seperti adanya kesadaran akan dampak negatif dari penggunaan media sosial yang berlebihan, yakni kecanduan, gangguan kesehatan mental, atau penurunan produktivitas akademik. Selain itu, terdapatnya alternatif platform komunikasi seperti WhatsApp atau telegram bisa menjadi pilihan mereka untuk tetap terhubung dengan teman ataupun keluarga tanpa harus terlibat dalam aktivitas media sosial.

Madjid & Do Subuh (2019) mengungkapkan bahwa mahasiswa menggunakan akun media sosial terutama karena beberapa alasan utama seperti kebutuhan pendidikan di kampus, kebutuhan saluran komunikasi, untuk mendapatkan informasi, dan mengikuti tren pergaulan. Media sosial mendukung kegiatan akademis dengan memfasilitasi berbagi materi kuliah dan diskusi kelompok, serta menjadi saluran komunikasi yang efisien untuk tetap terhubung dengan teman dan keluarga. Selain itu, media sosial adalah sumber utama informasi terkini dan konten edukatif, serta berfungsi sebagai platform untuk mengikuti tren dan mengekspresikan diri, membantu mahasiswa merasa terhubung dengan komunitas mereka dan menjaga eksistensi sosial.



Gambar 2. Jenis Platform Media Sosial yang Sering Digunakan Mahasiswa

Berdasarkan hasil survei mengenai jenis platform media sosial yang paling sering digunakan, TikTok mendominasi dengan 52% Mahasiswa memilih sebagai platform utama mereka. Ini menunjukkan bahwa konten video pendek dan format yang menarik di TikTok sangat diminati oleh pengguna. format video pendek yang ditawarkan oleh TikTok sesuai dengan perhatian yang terbatas dan gaya hidup sibuk Mahasiswa, dimana ini memungkinkan mereka untuk menikmati konten dalam waktu yang singkat. Selain untuk hiburan TikTok juga digunakan untuk menyebarkan konten yang edukatif dan informatif dimana konten-konten belajar bersama, konten tutorial dan juga konten informatif seperti dakwah disajikan secara singkat. Kuen & Kuen (2020) mengungkapkan dengan menggunakan TikTok, remaja dapat mengekspresikan diri, mengasah kreativitas, dan menunjukkan bakat mereka melalui video pendek. Mereka melihat TikTok sebagai sarana hiburan, mengikuti tren, dan membangun eksistensi diri. Manfaatnya termasuk peningkatan percaya diri, pengurangan stres, dan peningkatan kreativitas. Dengan demikian, TikTok tidak hanya sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai wadah untuk pengembangan diri.

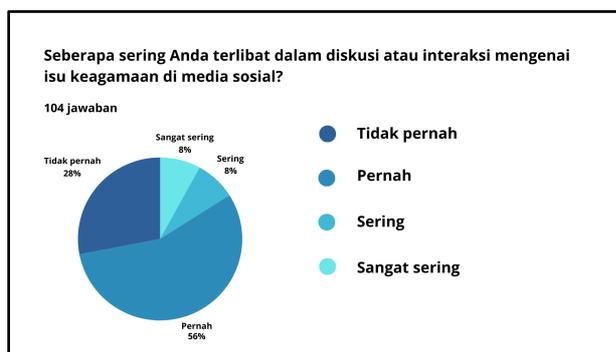
Sedangkan, hanya 8% responden memilih X (sebelumnya dikenal sebagai Twitter) sebagai media yang paling sering digunakan, mengindikasikan bahwa meskipun masih digunakan. Beberapa faktor yang mempengaruhi rendahnya preferensi terhadap X termasuk perubahan tren dan preferensi pengguna, di mana platform lain seperti TikTok menawarkan fitur-fitur yang lebih menarik dan relevan. Selain itu, X mungkin dianggap kurang sesuai dengan kebutuhan dan minat mahasiswa saat ini yang cenderung mencari platform yang lebih santai dan kreatif untuk berinteraksi. Dari keseluruhan hasil yang didapatkan, tidak ada responden yang memilih Facebook sebagai platform utama mereka, menandakan penurunan popularitas Facebook di kalangan pengguna media sosial saat ini. Data ini mencerminkan tren penggunaan media sosial yang didominasi oleh platform berbasis video dan visual.



Gambar 3. Keikutsertaan Mahasiswa Dalam Mengikuti Akun Keagamaan

Dari diagram hasil pengamatan yang menyatakan keterlibatan mahasiswa dalam mengikuti akun atau grup yang berfokus pada keagamaan, didapatkan hasil 48% menyatakan mengikuti akun ataupun grup yang berfokus pada konten keagamaan. Hasil ini menunjukkan minat yang signifikan terhadap agama di kalangan mahasiswa. Lingkungan sosial, termasuk keluarga, teman, dan komunitas bisa memberikan pengaruh yang besar. Jika lingkungan sekitar menunjukkan minat yang tinggi terhadap konten keagamaan, mahasiswa mungkin terdorong untuk mengikuti tren yang sama. Latar belakang pendidikan serta nilai-nilai yang diajarkan sejak kecil juga berperan penting, karena pendidikan agama yang kuat bisa mendorong mereka untuk terus mencari informasi keagamaan di media sosial.

Sementara itu, 52% Mahasiswa menjawab tidak mengikuti akun keagamaan, hal ini dapat dipengaruhi oleh sumber lain seperti teman, keluarga, pendidikan, ataupun kegiatan lain yang diikuti. Konten non-religius yang lebih menarik, menghibur, atau relevan dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa dapat mengalihkan perhatian mereka dari konten keagamaan. Selain itu, beberapa mahasiswa mungkin memiliki pandangan yang lebih kritis atau skeptis terhadap agama, yang membuat mereka tidak tertarik untuk mengikuti akun atau grup keagamaan. Hal ini dapat dikatakan mahasiswa yang lebih menggunakan media sosial untuk hiburan atau untuk berinteraksi sosial yang tidak melibatkan keagamaan.



Gambar 4. Frekuensi Mahasiswa Terlibat Diskusi Dalam Isu Keagamaan di Media Sosial

Dalam berbagai konten yang beredar di media sosial terdapat berbagai isu mengenai keagamaan yang dapat memengaruhi perspektif kita dalam memandang suatu hal. Dalam penelitian ini juga dilakukan survei terhadap seberapa sering

mahasiswa terlibat dalam diskusi atau interaksi mengenai isu keagamaan yang beredar di media sosial. Mayoritas dari mahasiswa (56%) menyatakan pernah terlibat dalam diskusi keagamaan. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan adanya media sosial mahasiswa dapat mengetahui serta berdiskusi mengenai isu-isu yang ada. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan adanya media sosial, mahasiswa memiliki kesempatan yang lebih luas untuk mengetahui serta berdiskusi mengenai isu-isu yang ada. Media sosial menyediakan platform yang mudah diakses di mana mahasiswa dapat berbagi pandangan, bertanya, dan mendapatkan informasi dari berbagai sumber yang mungkin tidak tersedia dalam lingkungan offline mereka. Diskusi keagamaan di media sosial juga memungkinkan interaksi dengan individu dari latar belakang yang beragam, sehingga memperkaya perspektif dan pemahaman mereka tentang berbagai aspek keagamaan.

Sedangkan, sebanyak 28% mahasiswa tidak pernah terlibat dalam diskusi keagamaan. Hal ini menunjukkan adanya kelompok mahasiswa yang pasif dalam membahas isu keagamaan. Hal tersebut dapat terjadi akibat kurangnya minat terhadap topik keagamaan atau keengganan untuk terlibat dalam debat publik. Salah satu alasan utama bisa jadi adalah kurangnya minat terhadap topik keagamaan. Mahasiswa dalam kelompok ini mungkin merasa bahwa diskusi keagamaan tidak relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka atau tidak memberikan nilai tambah yang signifikan. Mereka mungkin lebih tertarik pada topik lain seperti teknologi, hiburan, karier, atau isu sosial yang lebih umum. Selain itu, beberapa mahasiswa mungkin sudah merasa puas dengan pengetahuan dan keyakinan agama yang mereka miliki, sehingga tidak merasa perlu untuk terlibat dalam diskusi lebih lanjut.

Mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan berpikir kritis dan cerdas dalam mengambil keputusan yang tepat ketika menyikapi dan menanggapi informasi atau isu keagamaan di media sosial. Kemampuan ini dapat menjadi fondasi utama bagi mahasiswa sebagai pengguna media sosial untuk mengatasi sikap radikal dalam keberagaman yang mungkin muncul akibat informasi provokatif dari media sosial (Yanasari, 2021)

Media sosial menyediakan akses yang beragam terhadap pandangan keagamaan dari seluruh dunia. Konten keagamaan yang mencakup materi seperti video edukasi atau artikel persuasif dapat memperkaya pemahaman seseorang. Partisipasi dalam diskusi keagamaan dapat mengubah sudut pandang dan pola pikir mereka. Sutabri (2014) menyatakan Media Sosial dengan tidak langsung dapat mengubah cara pandang seseorang mengenai kehidupan. Hal ini menjadikan media sosial memiliki potensi yang cukup besar untuk mengubah pola pikir keagamaan seseorang dalam beragam bentuk konten dan interaksi. Efektivitas dari perubahan ini sangat bergantung pada keterbukaan individu terhadap informasi baru serta konsistensi keterpaparan dari konten keagamaan yang inspiratif.



Gambar 5. Pengaruh penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Pikir

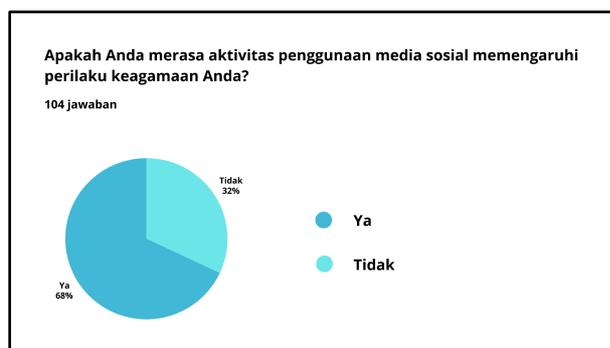
Diagram yang tertera merupakan hasil yang menunjukkan mayoritas mahasiswa (64%) merasa bahwa media sosial dapat mengubah pola pikir mereka dalam memandang agama. Hal ini dapat dikarenakan akses cepat dan luas dari media sosial ke berbagai ajaran, perspektif, dan diskusi keagamaan. Keterpaparan dari informasi yang sangat beragam ini bisa mengarah pada perubahan pandangan serta pemahaman yang lebih mendalam. Sebaliknya, 36% mahasiswa tidak merasa bahwa aktivitas mereka dalam menggunakan media sosial dapat mengubah pola pikir mereka terhadap agama. salah satu faktor yang dapat menyebabkan hal ini terjadi adalah terdapatnya kelompok yang lebih kritis dan selektif dalam memilah informasi dari konten yang beredar di media sosial, sehingga mereka tidak terlalu mementingkan informasi yang beredar tetapi lebih mengandalkan sumber lain seperti kajian lokal serta literatur keagamaan yang ada karena belum diketahui secara pasti bahwa konten yang beredar merupakan fakta dan bukan informasi palsu atau hoax.



Gambar 6. Frekuensi Mahasiswa Mencari Informasi Keagamaan di Media Sosial

Dari diagram tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 48% dari mahasiswa mengaku sering melakukan pencarian informasi mengenai keagamaan melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari populasi mahasiswa memanfaatkan platform digital untuk mendapatkan pengetahuan dan pemahaman tentang agama. Hal ini dapat disebabkan oleh pengaruh sosial dan tren di kalangan Mahasiswa yang mendorong mereka untuk mengikuti konten keagamaan. Relevansi konten yang disesuaikan dengan isu-isu kontemporer juga menarik minat mahasiswa.

Sedangkan 8% menjawab tidak pernah. Mahasiswa yang tidak pernah melakukan pencarian informasi agama dalam media sosial bisa disebabkan karena mereka memperoleh informasi melalui sumber lain seperti ceramah atau kajian yang dilakukan secara *offline* serta kekhawatiran mengenai kebenaran informasi yang didapat melalui media sosial. Adanya kekhawatiran mengenai kebenaran dan keandalan informasi yang beredar di media sosial juga bisa menjadi faktor hal ini bisa terjadi. Informasi yang tidak terverifikasi mengenai isu-isu yang beredar dapat mendorong mahasiswa untuk menghindari media sosial sebagai sumber informasi yang terpercaya. Faktor lain yang dapat mempengaruhi seperti konten di media sosial yang cenderung menimbulkan konflik atau perdebatan, dimana diskusi online yang terjadi dipenuhi oleh komentar negatif dan ujaran kebencian.



Gambar 7. Penggunaan Media Sosial Memengaruhi Pola Pikir

Perilaku keagamaan merupakan sebuah keyakinan yang menunjukkan kemampuan, kebiasaan serta perbuatan seseorang, baik secara jasmani dan rohani. perilaku keagamaan ini juga dapat diartikan seberapa jauh pengetahuan, keyakinan dan seberapa sering penghayatan terhadap agama yang dianut. perilaku keagamaan ini merujuk pada ibadah sehari-hari, membaca kitab dan berdoa. Perilaku keagamaan seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor internal seperti faktor pribadi dan emosi serta faktor eksternal seperti lingkungan, masyarakat dan keluarga (Nasution *et al.*, 2021)

Dalam menggunakan media sosial, interaksi dengan teman, keluarga, dan tokoh publik dapat memengaruhi perilaku seseorang dimana konten yang ada di media sosial tidak jarang dirancang untuk memicu emosi seperti ketakutan, kebahagiaan, serta rasa terinspirasi. Emosi yang ditimbulkan dapat memengaruhi keputusan dan tindakan seseorang. Dalam penelitian ini mayoritas mahasiswa (68%) terpengaruh dan merasa media sosial dapat mengubah perilaku keagamaan mereka. Konten yang menginspirasi contohnya ceramah, khutbah, dan doa dapat mendorong individu untuk lebih sering beribadah. Selain itu media sosial juga menampilkan ajaran-ajaran praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh media sosial terhadap perubahan perilaku Mahasiswa ini dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti peningkatan partisipasi dalam aktivitas keagamaan, peningkatan pengetahuan serta pemahaman mengenai keagamaan, perubahan dalam praktik ibadah sehari-hari, dan peningkatan kesadaran akan isu-isu keagamaan global.

Minoritas yang tidak terpengaruh (32%) tidak merasa bahwa penggunaan media sosial mengubah perilaku keagamaan mereka. Kebanyakan dari mahasiswa menyadari potensi manipulasi atau ketidakakuratan informasi pada konten yang beredar. Oleh karena itu, mereka tidak terpengaruh oleh konten keagamaan yang disajikan sebagai bentuk pemeliharaan perilaku mereka. Ada beberapa alasan dan perilaku yang mungkin mendasari ketidakpengaruhannya ini. Beberapa alasan ini meliputi, konsistensi dalam praktik keagamaan, skeptisisme terhadap informasi di media sosial, ataupun prioritas berbeda dalam penggunaan media sosial.

Dalam penelitiannya Hasan *et al.*, (2022) menjelaskan bahwa media sosial juga berpengaruh signifikan terhadap model perilaku mereka, dimana Mahasiswa cenderung meniru perilaku yang mereka lihat di media sosial. Penggunaan media sosial memungkinkan mahasiswa mendapatkan pengetahuan tentang agama, moralitas, dan nilai-nilai yang mempengaruhi pemahaman dan tindakan mereka. selain itu juga terdapat pengaruh dari kesejahteraan emosional menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan atau interaksi negatif dapat berdampak pada kesejahteraan emosional mahasiswa dan, pada gilirannya, mempengaruhi perilaku mereka.

## 5. Simpulan

Aktivitas Mahasiswa dalam menggunakan media sosial menjadikan hidup mereka terpapar berbagai konten keagamaan di media sosial yang dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku keagamaan mereka. Konten keagamaan seperti ceramah, khutbah, dan doa di media sosial mendorong mahasiswa untuk lebih aktif beribadah dan memperkuat perilaku keagamaan melalui diskusi online. Sebagian besar mahasiswa merasakan perubahan pola pikir terkait agama akibat akses cepat dan luas ke ajaran, perspektif, dan diskusi keagamaan. Namun, sebagian kecil mahasiswa yang lebih kritis dan selektif tidak merasakan dampak tersebut. Secara keseluruhan, media sosial berperan penting dalam membentuk pola pikir dan perilaku keagamaan mahasiswa, menjadi sarana informasi dan wadah diskusi serta berbagai nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

## Daftar Referensi

- Aisa, A., & Lisvita, L. (2020). Penggunaan Teknologi Informasi dalam Pembelajaran Online Masa Covid-19. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 3(4), 47-52.
- Ali, M. M. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *JPIB: Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd*, 1(2), 1-5.
- Ferlitasari, R., & Rosana, E. (2020). Pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku keagamaan remaja. *Socio Religia*, 1(2).
- Fitriyanto, F., Pane, I. A., Syahril, R., Maulizal, A., & Permatasari, A. C. (2018). Peran Nitizen Dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).
- Ghaisani, N. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Di Kecamatan Blangkejeren. *An-Nadwah*, 27(2), 6-20. [doi.org/10.37064/nadwah.v27i2.10980](https://doi.org/10.37064/nadwah.v27i2.10980)
- Hasan, Y., Pramida, C., Usman, U., & Hermawati, H. (2022). Pengaruh Instagram (Jejaring Sosial) Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 13(02), 213-289.
- Kuen, M. M., & Kuen, F. A. (2020). Eksistensi Braggadocian Behavior pada Media Sosial TikTok. *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, 2(2), 47-55.
- Madjid, A., & Do Subuh, R. (2019). Penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Khairun. *ETNOHISTORI: Jurnal Ilmiah Kebudayaan dan Kesenjaraan*, 6(2), 199-213.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, H., Faza, A. M. D., & Siregar, A. A. (2021). Pengaruh Medsos Terhadap Religiusitas Mahasiswa. *Studia Sosa Religia*, 4(1).
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69
- Syukri, I. I. F., Rizal, S. S., & Al Hamdani, M. D. (2019). Pengaruh kegiatan keagamaan terhadap kualitas pendidikan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 17.
- Tata Sutabri. 2014, *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wiriany, D., Natasha, S., & Kurniawan, R. (2022). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia. *Jurnal Nomosleca*, 8(2), 242-252.

Yanasari, P. (2021) Penguatan Moderasi Beragama Melalui Media Sosial (Studi Terhadap Mahasiswa IAIN SAS Babel). *Eduagama: Jurnal Kependidikan dan Sosial Keagamaan*, 7, 242-62.