

## MEDIA SOSIAL SEBAGAI RUANG TRANSFORMASI PEMAHAMAN KEAGAMAAN GENERASI Z: STUDI FENOMENOLOGI DI SMPN 2 KARANGPAWITAN GARUT

Tya Nursintia<sup>1</sup>, Leni Layyinah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>IAI Persis Garut, [tyanursintia77@gmail.com](mailto:tyanursintia77@gmail.com)

<sup>2</sup>IAI Persis Garut, [lenilayyinah@iaipersisgarut.ac.id](mailto:lenilayyinah@iaipersisgarut.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana media sosial berperan dalam membentuk dan mentransformasi pemahaman keagamaan Generasi Z, khususnya pada siswa SMPN 2 Karangpawitan Garut. Generasi Z dikenal sebagai digital native yang sangat akrab dengan teknologi, sehingga media sosial menjadi ruang baru yang signifikan dalam proses internalisasi nilai-nilai agama. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode fenomenologi, guna menggali pengalaman subjektif siswa dalam mengakses, memahami, dan memaknai konten keagamaan di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa menggunakan media sosial – terutama TikTok, YouTube, dan Instagram – untuk mencari informasi keagamaan secara mandiri. Proses ini melahirkan transformasi pemahaman agama pada tiga dimensi: kognitif (pengetahuan baru), afektif (penghayatan nilai), dan konatif (perubahan perilaku). Teori Konstruksi Sosial atas Realitas (Berger & Luckmann) digunakan untuk menjelaskan bagaimana media sosial menjadi ruang eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi nilai agama. Namun, transformasi ini juga membawa tantangan berupa dangkalnya pemahaman dan risiko misinformasi. Oleh karena itu, literasi digital keagamaan menjadi sangat penting dalam pembinaan karakter religius generasi muda di era digital.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Paham Keagamaan, Generasi Z.

### Abstract

*This study aims to examine how social media plays a role in shaping and transforming religious understanding among Generation Z, particularly students of SMPN 2 Karangpawitan Garut. Generation Z, known as digital natives, are highly familiar with technology, making social media a significant new space in the internalization of religious values. This study employs a qualitative approach with a phenomenological method to explore students' subjective experiences in accessing, understanding, and interpreting religious content on social media. The findings reveal that students use social media – especially TikTok, YouTube, and Instagram – to independently seek religious information. This process transforms religious understanding in three dimensions: cognitive (new knowledge), affective (value internalization), and conative (behavioral changes). Berger and Luckmann's Social Construction of Reality theory is*

*employed to explain how social media becomes a space for externalization, objectification, and internalization of religious values. However, this transformation also presents challenges such as superficial understanding and the spread of invalid information. Therefore, digital religious literacy is crucial in fostering young people's religious character in the digital era.*

**Keywords:** *Social Media, Religious Understanding, Generation Z.*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada abad ke-21 telah membawa perubahan mendasar dalam kehidupan manusia, termasuk dalam hal cara memperoleh pengetahuan, berinteraksi, hingga memahami nilai-nilai agama. Kehadiran internet dan media sosial telah menggeser pola komunikasi konvensional menjadi komunikasi digital yang serba cepat, interaktif, dan tanpa batas. Data dari *We Are Social* dan *Hootsuite* dalam laporan *Digital 2023* menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 212,9 juta orang, dengan tingkat penetrasi sebesar 77 persen dari total populasi. Dari jumlah tersebut, sekitar 167 juta orang aktif menggunakan media sosial, yang berarti lebih dari 60 persen masyarakat Indonesia kini berinteraksi di ruang digital setiap harinya. Fakta ini memperlihatkan bahwa media sosial bukan sekadar sarana hiburan, melainkan ruang publik baru yang membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku, termasuk dalam ranah religiusitas.

Bagi generasi muda, khususnya Generasi Z, media sosial memiliki posisi yang sangat dominan. Generasi ini adalah kelompok yang lahir pada kisaran tahun 1995–2010, sehingga seluruh proses tumbuh kembang mereka beriringan dengan perkembangan pesat teknologi digital. Pew Research Center (2010) mencatat bahwa Generasi Z merupakan *digital native* yang memiliki keterikatan kuat dengan internet, perangkat mobile, dan media sosial. Mereka terbiasa mengakses informasi dengan cepat, multitasking, serta lebih menyukai konten visual dan ringkas dibandingkan teks panjang. Pola ini sangat memengaruhi cara mereka memahami realitas, termasuk dalam hal memahami agama. Jika generasi sebelumnya banyak bergantung pada otoritas formal seperti guru, orang tua, dan ulama, maka Generasi Z lebih banyak mencari jawaban melalui mesin pencarian, YouTube, atau video dakwah singkat di TikTok.

Fenomena ini menghadirkan dua sisi. Di satu sisi, media sosial memberikan peluang besar bagi generasi muda untuk mengakses beragam pengetahuan agama secara mudah, cepat, dan praktis. Ajaran Islam yang dulunya lebih banyak diperoleh melalui pengajian tatap muka kini dapat dipelajari melalui ceramah daring, podcast keagamaan, maupun konten-konten singkat yang tersebar di media sosial. Namun di sisi lain, keberlimpahan informasi tersebut tidak selalu sejalan dengan kualitas dan validitasnya. Tidak sedikit konten agama yang hanya menyajikan potongan ayat, hadis, atau pernyataan ulama tanpa konteks yang memadai, sehingga berpotensi menimbulkan pemahaman yang parsial atau bahkan menyimpang. Di sinilah tantangan utama pendidikan agama di era digital – bagaimana memastikan generasi muda mampu memilah

informasi, memahami konteks, dan menginternalisasi nilai agama secara benar dan mendalam.

Dalam konteks Indonesia, generasi muda yang berada pada jenjang SMP merupakan bagian dari Generasi Z yang sedang berada dalam fase pencarian jati diri, termasuk dalam hal keyakinan dan praktik keberagamaan. Pada fase ini, media sosial sering kali menjadi rujukan utama mereka dalam membangun pemahaman agama. Hal ini sejalan dengan temuan DataReportal (2023) yang menunjukkan bahwa kelompok usia 13–18 tahun merupakan pengguna aktif TikTok dan Instagram terbesar di Indonesia. Platform tersebut kini tidak hanya berisi hiburan, tetapi juga berbagai konten dakwah dari ustaz digital, influencer muslim, hingga komunitas daring yang membahas nilai-nilai Islam.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti fenomena ini. Hidayah (2020) menunjukkan bahwa peran ulama digital semakin besar dalam membentuk opini keagamaan generasi muda, meski sering kali menimbulkan persaingan dengan otoritas keagamaan tradisional. Nurlaili (2020) menemukan bahwa media sosial memengaruhi pola pemahaman agama remaja, namun cenderung menghasilkan religiusitas instan yang dangkal. Lestari & Ramadhan (2022) menekankan bahwa dakwah di TikTok mampu menarik perhatian remaja, tetapi sering kali lebih menekankan aspek hiburan daripada kedalaman substansi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian terdahulu telah menyinggung adanya perubahan pemahaman keagamaan akibat media sosial, namun masih sedikit penelitian yang secara khusus menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif generasi muda dalam memaknai transformasi tersebut.

Di sinilah letak gap penelitian ini. Jika penelitian sebelumnya lebih menyoroti konten dakwah atau pengaruh tokoh agama digital, penelitian ini berfokus pada bagaimana siswa SMP—sebagai representasi Generasi Z—mengalami dan mengonstruksi pemahaman agamanya melalui media sosial. Pendekatan fenomenologi dipilih agar peneliti dapat menggali pengalaman hidup, narasi pribadi, serta makna yang dibangun siswa ketika berinteraksi dengan konten keagamaan digital. Dengan kata lain, penelitian ini tidak sekadar melihat media sosial sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi sebagai ruang sosial yang melahirkan proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi nilai agama sebagaimana dijelaskan Berger dan Luckmann (1990) dalam teori konstruksi sosial atas realitas.

Selain itu, penelitian ini juga penting dari sisi praktis. Di tengah derasnya arus digitalisasi, pendidikan agama di sekolah sering kali masih menggunakan pendekatan tradisional yang kurang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Padahal, siswa SMP saat ini sudah terbiasa belajar agama dari TikTok, YouTube, atau Instagram sebelum mereka mendengarnya dari guru. Jika pendidikan formal tidak mampu menjawab kebutuhan ini, maka peran media sosial akan semakin dominan, sementara otoritas guru agama semakin berkurang. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana media sosial membentuk transformasi pemahaman agama generasi muda, sehingga dapat menjadi dasar bagi guru,

orang tua, maupun pembuat kebijakan pendidikan agama dalam merumuskan strategi literasi digital keagamaan yang relevan dengan karakter generasi digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan: (1) mendeskripsikan pola penggunaan media sosial siswa SMPN 2 Karangpawitan dalam mengakses konten keagamaan; (2) Menggali makna pengalaman siswa terkait pemahaman keagamaan yang terbentuk melalui media sosial pada aspek kognitif, afektif, dan konatif. (3) mengidentifikasi bentuk transformasi pemahaman agama yang dialami siswa melalui media sosial dengan menggunakan perspektif teori konstruksi sosial atas realitas.

Penelitian ini menggunakan kerangka teori konstruksi sosial atas realitas yang dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1990). Teori ini menjelaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses dialektis antara individu dan masyarakat, yakni melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dalam konteks penelitian ini, proses konstruksi sosial terlihat jelas dalam cara siswa Generasi Z memaknai konten keagamaan yang mereka konsumsi di media sosial.

Pada tahap eksternalisasi, siswa mengekspresikan pengalaman religiusnya melalui media sosial, misalnya dengan membagikan kutipan Islami atau mengunggah aktivitas ibadah. Tahap ini memperlihatkan bagaimana nilai agama yang diperoleh dari media sosial kemudian diekspresikan kembali dalam bentuk simbol, teks, maupun gambar digital.

Tahap berikutnya adalah objektivasi, yakni ketika ekspresi nilai keagamaan di media sosial dipandang sebagai realitas bersama. Misalnya, ceramah singkat dari ustaz digital di TikTok dianggap sebagai kebenaran oleh banyak siswa, bahkan lebih dipercaya dibandingkan penjelasan guru agama. Hal ini menunjukkan terjadinya legitimasi sosial terhadap otoritas baru yang lahir di ruang digital.

Tahap terakhir adalah internalisasi, di mana nilai keagamaan yang diperoleh dari media sosial benar-benar dihayati oleh siswa dan memengaruhi perilaku mereka sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan agama (kognitif), tetapi juga terdorong untuk meningkatkan motivasi religius (afektif), bahkan mengalami perubahan perilaku nyata seperti rajin salat berjamaah, membaca Alquran, hingga berhijab (konatif).

Tahap terakhir adalah internalisasi, di mana nilai keagamaan yang diperoleh dari media sosial benar-benar dihayati oleh siswa dan memengaruhi perilaku mereka sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan agama (kognitif), tetapi juga terdorong untuk meningkatkan motivasi religius (afektif), bahkan mengalami perubahan perilaku nyata seperti rajin salat berjamaah, membaca Al-Qur'an, hingga berhijab (konatif).

Penelitian ini juga menggunakan konsep media sosial sebagai kerangka untuk memahami sarana utama yang digunakan siswa. Media sosial dipahami sebagai platform digital yang memungkinkan interaksi, partisipasi, dan

distribusi konten secara luas. Bagi siswa SMP, media sosial seperti TikTok, YouTube, dan Instagram bukan hanya ruang hiburan, tetapi juga ruang belajar agama yang praktis dan mudah diakses.

Dari sisi pemahaman agama, penelitian ini mengacu pada dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Dimensi kognitif mencakup pengetahuan yang diperoleh siswa dari konten dakwah digital, misalnya doa, tata cara ibadah, atau kisah Nabi. Dimensi afektif terlihat dalam munculnya perasaan religius seperti motivasi beribadah atau rasa haru setelah menonton konten Islami. Sementara dimensi konatif tampak dalam perubahan perilaku nyata seperti rajin salat berjamaah, membaca Alquran, atau mulai berhijab.

Kerangka konseptual lain yang digunakan adalah karakteristik Generasi Z. Generasi ini tumbuh sebagai *digital native*, terbiasa dengan perangkat mobile, internet, dan media sosial sejak usia dini. Mereka lebih menyukai konten singkat, visual, dan interaktif dibandingkan teks panjang. Kondisi ini membuat Generasi Z lebih mudah menerima ajaran agama melalui media sosial dibandingkan jalur tradisional.

Dengan demikian, kajian teori dalam penelitian ini menegaskan bahwa media sosial merupakan ruang sosial baru bagi Generasi Z dalam mengonstruksi pemahaman agama. Proses konstruksi tersebut berlangsung sesuai alur eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi sebagaimana dijelaskan Berger & Luckmann, serta dimanifestasikan dalam aspek kognitif, afektif, dan konatif pemahaman agama siswa.

Adapun Media sosial dalam penelitian ini dipahami sebagai platform digital yang memungkinkan penggunanya untuk memproduksi, menyebarkan, dan mengonsumsi informasi secara interaktif. TikTok, YouTube, dan Instagram menjadi contoh media sosial yang dominan digunakan oleh siswa SMPN 2 Karangpawitan Garut. Aksesibilitas, kemudahan berbagi, serta format konten yang singkat membuat media sosial menjadi rujukan utama mereka dalam memahami nilai-nilai agama.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1995–2010, disebut sebagai *digital native* karena tumbuh dalam ekosistem teknologi digital. Bagi mereka, aktivitas daring bukan sekadar pelengkap, melainkan bagian integral dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hal keberagamaan. Karakteristik ini berimplikasi pada cara mereka belajar agama, yakni lebih menyukai konten visual, ringkas, dan langsung dapat dipraktikkan.

Pemahaman agama dalam penelitian ini dilihat dari tiga dimensi: kognitif, yakni pengetahuan yang diperoleh dari konten dakwah; afektif, yaitu penghayatan emosional dan motivasi religius; serta konatif, berupa perubahan perilaku nyata seperti meningkatnya intensitas ibadah. Tiga dimensi ini menjadi indikator penting untuk menilai sejauh mana media sosial berperan dalam membentuk transformasi religiusitas siswa.

Dengan merujuk pada teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, penelitian ini menempatkan media sosial sebagai ruang dialektis tempat siswa mengekspresikan religiusitas (eksternalisasi), menerima konten agama sebagai realitas objektif (objektivasi), dan akhirnya menginternalisasi nilai-nilai agama

ke dalam kehidupan mereka (internalisasi). Posisi penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan penggunaan media sosial, tetapi juga menggali bagaimana realitas keagamaan dikonstruksi oleh siswa SMP sebagai bagian dari Generasi Z.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi akademik dalam memahami transformasi pemahaman keagamaan di era digital, serta kontribusi praktis bagi guru, orang tua, dan lembaga pendidikan agama untuk merumuskan strategi literasi digital yang sesuai dengan karakter generasi muda.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengalaman subjektif siswa dalam memaknai konten keagamaan di media sosial. Melalui fenomenologi, peneliti berusaha memahami cara siswa menafsirkan pengalaman keberagamaan mereka yang diperoleh dari media sosial, sehingga dapat menggali makna yang tersembunyi di balik perilaku dan narasi mereka.

Penelitian dilaksanakan di SMPN 2 Karangpawitan Garut dengan subjek siswa Generasi Z yang berusia 13-15 tahun. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yakni memilih siswa yang memenuhi kriteria tertentu, seperti aktif menggunakan media sosial setiap hari, pernah atau sering mengakses konten keagamaan, dan bersedia untuk diwawancara secara mendalam. Pemilihan informan dengan kriteria ini dimaksudkan agar data yang diperoleh benar-benar relevan dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, wawancara mendalam dengan format semi-terstruktur, di mana peneliti menyiapkan pedoman pertanyaan tetapi tetap memberi ruang bagi siswa untuk menceritakan pengalaman mereka secara bebas. Kedua, observasi yang dilakukan baik di dalam maupun di luar kelas, untuk melihat interaksi siswa dengan media sosial dan perilaku keberagamaan mereka. Ketiga, dokumentasi berupa catatan lapangan, foto, serta tangkapan layar konten media sosial yang diakses siswa, sehingga memperkuat temuan dari wawancara dan observasi.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model interaktif Miles & Huberman, yang mencakup tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan informasi sesuai kebutuhan penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif dan kutipan wawancara. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menafsirkan makna dari data yang ada, kemudian mengaitkannya dengan teori konstruksi sosial atas realitas Berger & Luckmann.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai siswa dengan latar belakang berbeda, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan mengombinasikan wawancara, observasi,

dan dokumentasi. Selain itu, peneliti juga melakukan member check dengan meminta informan mengonfirmasi hasil interpretasi agar sesuai dengan pengalaman mereka.

Dengan metode ini, penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana media sosial menjadi ruang bagi Generasi Z dalam membangun dan mentransformasi pemahaman keagamaannya. Melalui pendekatan fenomenologi, pengalaman subjektif siswa dapat tergali secara utuh sehingga memberikan kontribusi nyata, baik secara teoritis bagi pengembangan kajian komunikasi keagamaan di era digital, maupun secara praktis bagi pendidik, orang tua, dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi literasi digital keagamaan yang relevan dengan kebutuhan generasi muda.

## Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di SMPN 2 Karangpawitan Garut, yang bertujuan untuk menggali pengalaman siswa tentang fenomena transformasi pemahaman agama yang terjadi di kalangan Generasi Z. Sebanyak 64 siswa dari jenjang tingkat (VII, VIII, IX) sebagai responden dalam penelitian ini yang akan mengisi angket pernyataan, dan sebanyak 15 siswa sebagai partisipan wawancara mendalam untuk menggali pengalaman mereka terhadap Transformasi pemahaman agama melalui media sosial.

### Pola Penggunaan Media Sosial di SMPN 2 Karangpawitan Garut

Berdasarkan Hasil penelitian 95% siswa menunjukkan bahwa siswa SMPN 2 Karangpawitan Garut, yang merupakan bagian dari Generasi Z, memiliki tingkat intensitas yang tinggi dalam menggunakan media sosial. Dengan Platform yang paling banyak digunakan untuk mengakses konten keagamaan adalah TikTok, YouTube, dan Instagram. TikTok menjadi aplikasi yang paling dominan karena menyajikan video pendek dengan format menarik, mudah diakses, dan sesuai dengan gaya belajar visual remaja. YouTube digunakan sebagai sumber kajian yang lebih panjang, seperti ceramah, podcast keislaman, atau penjelasan ibadah secara detail. Sementara Instagram berfungsi sebagai media untuk mengikuti akun-akun dakwah yang menyajikan kutipan Islami, motivasi keagamaan, serta infografis tentang ajaran Islam.

Adapun 84,3% siswa menunjukkan Konten keagamaan yang dikonsumsi siswa sebagian besar berupa video dakwah singkat, kutipan motivasi Islami, dan kajian ringan yang disampaikan dalam bentuk sederhana dan komunikatif. Siswa menyukai konten keagamaan yang dikemas dengan gaya modern, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan tidak terlalu panjang. Fenomena ini mengindikasikan adanya perubahan pola belajar agama, di mana generasi muda cenderung memilih konten yang instan dan praktis dibandingkan dengan kajian formal yang bersifat mendalam.

## **Penggalian Makna Pengalaman Siswa Terkait Pemahaman Keagamaan yang Terbentuk Melalui Media Sosial**

Pengalaman siswa dalam mengakses media sosial memperlihatkan adanya perubahan pemahaman keagamaan pada tiga dimensi utama, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Hal ini dijelaskan sebagai berikut:

Aspek Kognitif, berdasarkan hasil penelitian sebanyak 84,3% siswa memperoleh banyak informasi baru terkait ajaran Islam, baik mengenai doa-doa, tata cara ibadah, maupun pengetahuan dasar tentang akhlak dan syariah. Misalnya, beberapa siswa mengaku baru mengetahui bacaan doa tertentu atau tata cara wudhu yang benar setelah menonton video dakwah di TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai sumber tambahan pengetahuan agama yang mudah diakses. Namun, pemahaman ini sering kali bersifat parsial karena hanya diperoleh dari potongan-potongan konten singkat tanpa penjelasan mendalam.

Aspek Afektif, dari hasil penelitian sebanyak 73,4% siswa setuju merasa termotivasi perasaan dan penghayatan, media sosial memunculkan motivasi religius yang menyatakan bahwa setelah menonton video dakwah atau kutipan Islami, mereka merasa lebih terdorong untuk meningkatkan kualitas ibadah, seperti rajin salat tepat waktu atau memperbanyak membaca Al-Qur'an. Konten yang menampilkan kisah inspiratif juga mampu menyentuh hati siswa dan menumbuhkan rasa takut sekaligus cinta kepada Allah. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berperan sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai pemicu munculnya kesadaran emosional religius.

Aspek Konatif, sebanyak 81,2% siswa menunjukkan adanya perubahan perilaku nyata. Beberapa siswa mengaku lebih rajin mengikuti salat berjamaah di masjid, mulai rutin membaca Al-Qur'an, bahkan ada yang melakukan perubahan gaya hidup (hijrah), seperti mulai berhijab atau meninggalkan kebiasaan buruk setelah sering terpapar konten dakwah di media sosial. Hal ini membuktikan bahwa media sosial mampu melahirkan dampak praktis yang memengaruhi pola keberagamaan generasi muda.

Dengan demikian, media sosial menjadi ruang yang memungkinkan siswa bukan hanya memperoleh pengetahuan agama (kognitif), tetapi juga merasakan dorongan emosional (afektif), serta mewujudkannya dalam bentuk perilaku nyata (konatif).

## **Transformasi Pemahaman Agama dalam Perspektif Kontruksi Sosial**

Jika dianalisis menggunakan teori konstruksi sosial atas realitas yang dikemukakan oleh Berger & Luckmann (1990), transformasi pemahaman keagamaan siswa dapat dijelaskan melalui tiga tahapan utama, sebagaimana berikut:

Pertama, eksternalisasi, yaitu ketika siswa mengekspresikan pengalaman religius mereka melalui unggahan, komentar, atau interaksi di media sosial. Misalnya, ada siswa yang membagikan kutipan Islami di status WhatsApp atau membagikan ulang video dakwah di Instagram. Tindakan ini merupakan bentuk ekspresi keagamaan di ruang digital.

Kedua, objektivasi, yaitu saat pandangan atau pemahaman keagamaan yang beredar di media sosial diterima sebagai "kebenaran objektif". Siswa cenderung menganggap tokoh agama digital atau influencer muslim di media sosial sebagai rujukan utama dalam memahami ajaran Islam. Otoritas tokoh digital ini sering kali dianggap lebih kredibel dibandingkan guru agama di sekolah, karena penyajiannya dianggap lebih modern dan menarik.

Ketiga, internalisasi, yaitu ketika pemahaman keagamaan yang diperoleh dari media sosial melekat dalam kesadaran individu dan memengaruhi perilaku sehari-hari. Nilai-nilai agama yang awalnya hanya berupa informasi digital kemudian diinternalisasi menjadi bagian dari sikap dan perilaku siswa, seperti rajin beribadah, menutup aurat, atau menghindari perilaku negatif.

Proses ini memperlihatkan bahwa media sosial bukan hanya sekadar sarana informasi, tetapi juga ruang sosial yang membentuk realitas keagamaan siswa melalui interaksi simbolik yang terjadi setiap hari.

## Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian di SMPN 2 Karangpawitan Garut memperlihatkan bahwa mayoritas siswa Generasi Z menjadikan media sosial sebagai ruang pembelajaran agama. Sebanyak 95,3% siswa (61 dari 64) menyatakan aktif menggunakan media sosial setiap hari, terutama TikTok, Instagram, dan WhatsApp.

Dari sisi kognitif, terdapat 54 siswa (84,3%) yang menyatakan setuju dan sangat setuju memperoleh pengetahuan baru tentang ajaran Islam melalui konten keagamaan di media sosial. Pada aspek afektif, sebanyak 47 siswa (73,4%) merasa termotivasi untuk meningkatkan religiusitas setelah menonton konten dakwah digital. Sementara pada aspek konatif, sebanyak 52 siswa (81,2%) menyatakan lebih rajin beribadah, membaca Al-Qur'an, dan berperilaku religius setelah terpapar konten keagamaan.

Temuan ini menegaskan bahwa media sosial memberikan kontribusi signifikan terhadap transformasi pemahaman keagamaan siswa, meskipun cenderung instan. Proses transformasi dapat dipahami melalui teori konstruksi sosial Berger & Luckmann, yakni eksternalisasi (ekspresi religius di media sosial), objektivasi (pandangan tokoh digital dianggap kebenaran), dan internalisasi (nilai agama memengaruhi perilaku sehari-hari).

## Daftar Pustaka

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1990). *Tafsir Sosial atas Kenyataan*. Jakarta: LP3ES.
- Campbell, H. A., & Tsuri, R. (2021). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. New York: Routledge.
- DataReportal. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. We Are Social & Hootsuite. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Hidayah, N. (2020). Ulama di Era Digital: Transformasi Otoritas Keagamaan di Ruang Virtual. *Jurnal Komunika*, 12(2), 145–160.
- Lestari, S., & Ramadhan, F. (2022). Dakwah Islami di TikTok: Antara hiburan dan religiusitas. *Jurnal Dakwah Digital*, 3(2), 101–115.

- Nurlaili. (2020). Pemahaman Agama Remaja Melalui Media Sosial: Studi Kasus Religiusitas Instan. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(1), 55–70.
- Pew Research Center. (2010). *The Digital Lives of Gen Z*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.