

An Analysis of the Digital Religiosity of Islamic Religious Education Students at IAIN Kerinci on Social Media

Analisis Religiusitas Digital Mahasiswa PAI IAIN Kerinci di Media Sosial

Fauziah Rahmi¹, Dodi Hendrika²

^{1,2}IAIN kerinci, Indonesia

*Corresponding author: fauziahrahmi@iainkerinci.ac.id

Article history

Received :
(06-05-2026)

Revised :
(18-05-2026)

Accepted :
(26-05-2026)

ABSTRACT

This study aims to analyze the digital religiosity of Islamic Education (PAI) students on social media, including forms of religious expression, influencing factors, and the consistency between digital expression and real-life practices. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through observation, questionnaires, and interviews with PAI students who actively use social media. The findings indicate that students actively express religious values through various forms of religious content, such as Qur'anic verses, hadith, and da'wah messages. However, inconsistencies were found between religious expressions on social media and actual practices in daily life. These behaviors are influenced by the digital environment, level of religious knowledge, and motivations for using social media. The study concludes that students' digital religiosity tends to be symbolic; therefore, strengthening Islamic education based on digital ethics and literacy is necessary.

Keywords: digital religiosity, Islamic education students, social media, religious behavior

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis religiusitas digital mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) di media sosial, termasuk bentuk-bentuk ekspresi keagamaan, faktor-faktor yang mempengaruhinya, dan konsistensi antara ekspresi digital dan praktik kehidupan nyata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan wawancara dengan mahasiswa PAI yang aktif menggunakan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa secara aktif mengekspresikan nilai-nilai keagamaan melalui berbagai bentuk konten keagamaan, seperti ayat-ayat Al-Quran, hadits, dan pesan-pesan dakwah. Namun, ditemukan ketidaksesuaian antara ekspresi keagamaan di media

sosial dan praktik aktual dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku ini dipengaruhi oleh lingkungan digital, tingkat pengetahuan agama, dan motivasi penggunaan media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa religiusitas digital mahasiswa cenderung bersifat simbolis; oleh karena itu, penguatan pendidikan agama Islam berdasarkan etika dan literasi digital sangat diperlukan.

Kata Kunci: religiusitas digital, mahasiswa pendidikan Islam, media sosial, perilaku keagamaan

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, termasuk dalam cara individu mengekspresikan nilai-nilai keagamaan. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas, termasuk identitas religius (Nasrullah, 2015). Mahasiswa sebagai generasi yang akrab dengan teknologi digital menjadikan media sosial sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari, baik untuk berinteraksi, berbagi informasi, maupun menampilkan diri di hadapan publik. Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan mahasiswa dari bidang lain, karena mereka dibekali dengan pengetahuan keislaman yang lebih mendalam. Idealnya, pengetahuan tersebut tercermin dalam perilaku sehari-hari, baik di dunia nyata maupun di ruang digital. Namun, realitas yang berkembang menunjukkan bahwa perilaku keagamaan mahasiswa di media sosial tidak selalu selaras dengan nilai-nilai Islam yang diajarkan. Terdapat kecenderungan sebagian mahasiswa menampilkan konten religius seperti kutipan ayat, hadis, atau pesan dakwah, tetapi dalam praktiknya masih ditemukan perilaku yang kurang mencerminkan etika Islami.

Secara teoretis, religiusitas tidak hanya mencakup aspek ibadah ritual, tetapi juga meliputi dimensi keyakinan, pengalaman, pengetahuan, dan pengamalan dalam kehidupan sehari-hari (Glock & Stark, 1965). Dalam konteks media sosial, religiusitas mengalami transformasi menjadi bentuk religiusitas digital, yaitu ekspresi keagamaan yang dimediasi oleh teknologi (Campbell, 2013). Selain itu, teori self-presentation menjelaskan bahwa individu cenderung menampilkan citra diri tertentu untuk

memperoleh pengakuan sosial, sehingga ekspresi keagamaan di media sosial berpotensi bersifat simbolik (Goffman, 1959). Sejumlah penelitian terbaru menunjukkan bahwa religiusitas generasi muda di era digital mengalami pergeseran yang cukup signifikan. Studi yang dipublikasikan dalam jurnal *Frontiers in Political Science* tahun 2025 menunjukkan bahwa ruang digital tidak hanya menjadi tempat ekspresi religius, tetapi juga menjadi arena negosiasi identitas keagamaan yang dipengaruhi oleh algoritma dan logika perhatian (*attention economy*)

Fenomena tersebut juga dapat ditemukan pada mahasiswa PAI di IAIN Kerinci. Berdasarkan pengamatan awal, terlihat bahwa mahasiswa aktif menggunakan media sosial sebagai sarana berbagi berbagai jenis konten, termasuk konten keagamaan seperti kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, maupun pesan dakwah. Namun demikian, belum diketahui secara mendalam bagaimana bentuk perilaku keagamaan yang mereka tampilkan, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta sejauh mana kesesuaian antara ekspresi keagamaan di media sosial dengan praktik keagamaan dalam kehidupan nyata. Permasalahan ini menjadi penting untuk dikaji karena berkaitan dengan kualitas pembentukan karakter religius mahasiswa PAI sebagai calon pendidik agama di masa depan. Ketidaksesuaian antara pengetahuan dan praktik dapat berdampak pada kualitas lulusan serta kredibilitas Pendidikan Agama Islam (Suryana, 2018). Selain itu, jika religiusitas digital hanya berhenti pada level simbolik, maka tujuan pendidikan agama untuk membentuk insan yang berakhlak mulia tidak akan tercapai secara optimal.

Meskipun penelitian tentang religiusitas mahasiswa di media sosial telah banyak dilakukan di Indonesia, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengaruh konten dakwah terhadap tingkat religiusitas secara umum. Misalnya, penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah di media sosial dapat meningkatkan pemahaman dan praktik keagamaan mahasiswa, meskipun kualitas konten masih menjadi perhatian (Solihin et al., 2024). Penelitian lain juga menegaskan bahwa media sosial memiliki peran penting sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keagamaan dan pembentukan religiusitas mahasiswa PAI (Zalfa, 2022). Namun demikian, kajian-kajian tersebut

cenderung hanya menitikberatkan pada aspek dampak atau pengaruh media sosial terhadap religiusitas, tanpa mengkaji secara mendalam bentuk perilaku keagamaan mahasiswa di media sosial serta kesesuaiannya dengan praktik kehidupan nyata. Selain itu, penelitian yang ada juga lebih banyak membahas hubungan religiusitas dengan variabel lain seperti agresivitas atau kesejahteraan psikologis (Setiowati & Supriyadi, 2020; Arinie & Surawan, 2024), bukan pada analisis perilaku keagamaan secara komprehensif. Oleh karena itu, masih terdapat celah penelitian yang penting untuk dikaji, yaitu analisis perilaku keagamaan mahasiswa PAI di media sosial yang mencakup bentuk ekspresi, faktor yang mempengaruhi, serta tingkat konsistensinya dengan praktik kehidupan nyata. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut, khususnya dalam konteks mahasiswa PAI di IAIN Kerinci yang belum banyak diteliti.

RESULTS & DISCUSSION

Kegiatan observasi dan wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini selama dua bulan atau 60 hari. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, perilaku keagamaan mahasiswa PAI di media sosial dapat dikategorikan ke dalam beberapa bentuk yaitu : *pertama*, mahasiswa aktif membagikan konten keagamaan seperti kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, serta pesan-pesan dakwah dalam bentuk teks, gambar, maupun video dengan bentuk membagi-bagikan konten dakwah seperti ustaz hanan attaki, ustaz adi hidayat. Aktivitas ini menunjukkan adanya upaya mahasiswa dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di ruang digital. *Kedua* mahasiswa juga menunjukkan keterlibatan dalam interaksi keagamaan, seperti memberikan komentar bernuansa religius, mengikuti akun-akun dakwah, serta berpartisipasi dalam diskusi keagamaan secara daring. Hal ini mencerminkan bahwa media sosial dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran dan penguatan identitas keagamaan.

Namun demikian, ditemukan pula bentuk perilaku yang kurang mencerminkan nilai-nilai keislaman secara konsisten. Beberapa mahasiswa masih menampilkan konten yang tidak sejalan dengan etika Islami, seperti penggunaan bahasa yang kurang santun atau keterlibatan dalam perdebatan yang tidak sehat, melakukan siaran *live*

streaming dengan tidak berbusana muslim layaknya sebagai mahasiswa PAI. Temuan ini menunjukkan adanya ambivalensi dalam praktik religiusitas digital mahasiswa. Faktor- faktor yang mempengaruhi religiusitas digital mahasiswa berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku keagamaan mahasiswa PAI di media sosial.

Pertama, faktor lingkungan sosial digital, di mana mahasiswa cenderung menyesuaikan konten yang diunggah dengan tren dan ekspektasi audiens di media sosial. Hal ini sejalan dengan teori self-presentation yang menyatakan bahwa individu berusaha membentuk citra diri yang diterima oleh lingkungannya (Goffman, 1959). *Kedua*, faktor pengetahuan keagamaan. Mahasiswa dengan pemahaman agama yang lebih baik cenderung lebih selektif dalam membagikan konten dan menjaga etika dalam berinteraksi di media sosial. Namun, pengetahuan yang tinggi tidak selalu menjamin konsistensi dalam praktik. *Ketiga*, faktor motivasi penggunaan media sosial. Sebagian mahasiswa menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah, sementara yang lain lebih terdorong oleh kebutuhan akan eksistensi diri dan pengakuan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas digital tidak hanya dipengaruhi oleh aspek spiritual, tetapi juga aspek psikologis dan sosial kesesuaian antara ekspresi keagamaan di media sosial dan praktik nyata terdapat variasi dalam tingkat kesesuaian, di mana ekspresi religius lebih dominan di media sosial dibandingkan dalam kehidupan nyata. Fenomena ini mengindikasikan adanya kecenderungan religiusitas yang bersifat simbolik atau performatif, bukan substantif (Hidayat & Prasetyo, 2020).

Kondisi ini memperkuat pandangan bahwa religiusitas di era digital mengalami pergeseran makna, dari yang sebelumnya bersifat privat menjadi lebih publik dan terpapar. Media sosial memungkinkan individu untuk menampilkan identitas keagamaan secara selektif, sehingga tidak selalu mencerminkan kondisi yang sebenarnya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas digital mahasiswa PAI bersifat kompleks dan multidimensional. Media sosial memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengekspresikan nilai-nilai keagamaan secara lebih terbuka. Hal ini sejalan

dengan konsep religiusitas digital yang menyatakan bahwa praktik keagamaan mengalami transformasi melalui teknologi Heidi A. Campbell (2013).

Namun di sisi lain, adanya ketidaksesuaian antara ekspresi dan praktik menunjukkan bahwa religiusitas digital belum sepenuhnya mencerminkan internalisasi nilai yang mendalam. Temuan ini mengindikasikan perlunya penguatan pembelajaran PAI yang tidak hanya berfokus pada aspek kognitif, tetapi juga pada pembentukan sikap dan karakter yang konsisten karena lulusan PAI diharapkan mampu untuk mendidik peserta didik bukan hanya sebatas prestasi akademik, tetapi mendidik peserta didik agar berakhlak kul karimah, berbudi luhur, beradab dan sopan santun, baik di dunia nyata maupun digital.

Selain itu, karakteristik media sosial yang berbasis algoritma turut mempengaruhi perilaku pengguna. Konten yang mendapatkan perhatian tinggi cenderung lebih sering ditampilkan, sehingga mendorong individu untuk menyesuaikan perilaku dengan tren yang berkembang demi penilaian status sosial tanpa memperhatikan nilai-nilai agama. Mengikuti tren menjadi kepuasan tersendiri melalui like, coment dan share akan meningkatkan jumlah subscriber. Dalam konteks ini, religiusitas dapat mengalami komodifikasi, yaitu dijadikan sebagai bagian dari identitas sosial yang bersifat performatif. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Heidi A. Campbell & Evolvi (2020) yang menyatakan bahwa praktik keagamaan di ruang digital tidak hanya dipengaruhi oleh nilai spiritual, tetapi juga oleh dinamika sosial dan teknologi. Oleh karena itu, pembelajaran Pendidikan Agama Islam perlu mengintegrasikan nilai-nilai etika digital agar mahasiswa tidak hanya memahami ajaran agama secara kognitif, tetapi juga mampu menginternalisasikannya dalam praktik kehidupan sehari-hari.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa religiusitas digital mahasiswa PAI perlu diarahkan agar tidak berhenti pada level simbolik, tetapi mampu menjadi bagian dari praktik kehidupan yang nyata. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi ruang ekspresi, tetapi juga sarana pembentukan karakter religius yang autentik.

CONCLUSION

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku keagamaan mahasiswa PAI di media sosial mencerminkan berkembangnya religiusitas digital, namun belum sepenuhnya konsisten dengan praktik kehidupan nyata. Ekspresi keagamaan cenderung bersifat simbolik dan dipengaruhi oleh lingkungan digital, pengetahuan, serta motivasi penggunaan media sosial. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian religiusitas digital dengan menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana ekspresi identitas keagamaan, tetapi juga membentuk pola pemahaman, praktek dan representasi keberagaman mahasiswa. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa religiusitas di era digital bersifat dinamis, konseptual dan dipengaruhi oleh interaksi antara nilai agama dengan budaya media digital. Implikasi sosial dari penelitian ini adalah pentingnya membangun budaya bermedia sosial yang lebih etis, kritis dan autentik di kalangan mahasiswa. Penguatan literasi digital berbasis nilai keislaman diharapkan dapat mendorong mahasiswa untuk tidak hanya menampilkan symbol religiusitas di ruang digital, tetapi juga menerapkan nilai-nilai tersebut dalam perilaku sosial sehari-hari, sehingga terciptanya keseimbangan antara identitas keagamaan di dunia maya dan kehidupan nyata. Oleh karena itu, disarankan agar dosen PAI mengintegrasikan pembelajaran dengan etika bermedia sosial berbasis nilai Islam serta mendorong mahasiswa untuk menginternalisasikan nilai keagamaan secara konsisten dalam kehidupan sehari-hari.

REFERENSI

1. Campbell, H. A. (2013). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. New York: Routledge.
2. Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2020). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(1), 5-17.
3. Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand McNally.
4. Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.

5. Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
6. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
7. Solihin, A., et al. (2024). Pengaruh konten dakwah di media sosial terhadap religiusitas mahasiswa. *Perspektif Agama dan Identitas*, 9(10).
8. Zalfa, A. (2022). Dampak konten dakwah terhadap religiusitas mahasiswa PAI. *Al-Idzaah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(1).
9. Hidayat, A., & Prasetyo, M. A. (2020). Religiusitas di era digital: Antara ekspresi dan substansi. *Jurnal Pendidikan Islam*, 6(2), 145–160.
10. Suryana, D. (2018). Problematika pembelajaran PAI di era modern. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 45–60.