

MEDIA SOSIAL DAN KARAKTER RELIGIUS SISWA: STUDI PENGARUH INSTAGRAM PADA SISWA MAN PURWOREJO

Khamid Murtadho¹, Fatkhurrohman², Firdaus³

^{1, 2, 3}Universitas Sains Al-Qur'an Wonosobo, Jl. KH. Hasyim Asy'ari, Wonosobo, Jawa Tengah, Indonesia
Email: firdaus@unsiq.ac.id

Article History

Received: 08-11-2025

Revision: 17-11-2025

Accepted: 21-11-2025

Published: 24-11-2025

Abstract. This study aims to examine how Instagram use influences the religious character of students at Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Purworejo. The research employed a quantitative approach with an explanatory design. Data were obtained through an online questionnaire distributed via Google Forms to official WhatsApp groups for grades X, XI, and XII. From an initial total of 169 participants, 164 valid responses were retained after removing outliers. The sampling technique applied was non-probability sampling using an incidental sampling strategy. Data analysis was carried out using simple linear regression with SPSS Statistics version 30. The findings reveal that Instagram usage has a positive and statistically significant effect on students' religious character ($\beta = 0.641$; $p < 0.001$; $R^2 = 0.299$). This indicates that the more frequently students engage with religious content on Instagram, the stronger their religious character tends to be. These results reinforce Cultivation Theory, which posits that social media can shape moral and spiritual values through repeated exposure to specific messages.

Keywords: Instagram, Religious Character, Social Media, Cultivation Theory

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan Instagram terhadap karakter religius siswa di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Purworejo. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berbasis *Google Form* yang dibagikan melalui grup WhatsApp resmi kelas X, XI, dan XII. Dari 169 responden awal, setelah penghapusan *outlier*, sebanyak 164 data digunakan untuk analisis. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *sampling insidental*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS Statistics versi 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap karakter religius siswa ($\beta = 0,641$; $p < 0,001$; $R^2 = 0,299$). Artinya, semakin sering siswa terpapar konten keagamaan di Instagram, semakin tinggi tingkat karakter religius mereka. Temuan ini mendukung Teori Kultivasi yang menjelaskan bahwa media sosial dapat menanamkan nilai-nilai moral dan spiritual melalui paparan pesan yang berulang.

Kata Kunci: Instagram, Karakter Religius, Media Sosial, Teori Kultivasi

How to Cite: Murtadho, K., Fatkhurrohman., & Firdaus. (2025). Media Sosial dan Karakter Religius Siswa: Studi Pengaruh Instagram pada Siswa MAN Purworejo. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6 (7), 10915-10927. <http://doi.org/10.54373/imeij.v6i7.4525>

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan generasi muda, termasuk kalangan siswa. Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat menjadikan media sosial bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga wadah interaksi sosial, pembelajaran, dan ekspresi diri. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial

berbasis visual yang paling populer, memungkinkan penggunaannya untuk berbagi foto, video, serta berbagai bentuk informasi dengan cara yang kreatif dan menarik. Menurut data *NapoleonCat* (Januari 2025), jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 92.603.500 atau sekitar 32,5% dari seluruh populasinya (NapoleonCat, 2025). Data dari *Goodstate* (April 2025) menyatakan bahwa Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia (Yonatan, 2025). Laporan dari *Media Indonesia* (2024) juga menyebutkan bahwa 94% generasi Z di Indonesia menggunakan Instagram sebagai platform utama mereka (Purnama, 2024). Fakta ini menunjukkan bahwa intensitas interaksi siswa dengan media sosial sangat tinggi, termasuk di lingkungan pendidikan formal seperti madrasah.

Instagram merupakan layanan jejaring sosial milik Meta Platforms yang memungkinkan pengguna mengedit dan membagikan konten foto atau video disertai teks hingga 2.200 karakter (Richter dkk., 2022). Masifnya penggunaan Instagram di kalangan siswa membuka peluang sekaligus tantangan dalam pembentukan karakter, khususnya karakter religius. Menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2017), karakter religius mencerminkan keberimanan terhadap Tuhan yang Maha Esa yang diwujudkan dalam perilaku melaksanakan ajaran agama dan kepercayaan yang dianut, menghargai perbedaan agama, menjunjung tinggi sikap toleran terhadap pelaksanaan ibadah agama dan kepercayaan lain, hidup rukun dan damai dengan pemeluk agama lain. Dengan demikian, media sosial seperti Instagram berpotensi menjadi ruang dialektika antara nilai-nilai keagamaan dan arus budaya populer yang dominan di dunia maya.

Pendidikan karakter menjadi semakin penting di tengah derasnya arus digitalisasi yang memengaruhi cara berpikir, berperilaku, dan berinteraksi generasi muda. Annisa dkk., (2024) menegaskan bahwa perkembangan teknologi menjadikan pendidikan karakter sangat krusial bagi generasi muda yang rentan terhadap pengaruh teknologi tanpa mempertimbangkan dampaknya. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pendidikan karakter yang efektif di era digital harus melibatkan kolaborasi antara sekolah, orang tua, masyarakat, dan pemanfaatan teknologi secara bijak. Dengan demikian, digitalisasi tidak dapat dihindari, tetapi perlu diarahkan menjadi sarana pembentukan karakter yang konstruktif melalui pendidikan nilai dan literasi digital.

Dalam konteks ini, Instagram dapat berperan sebagai media penyebaran nilai-nilai keagamaan secara luas dan kreatif. Banyak tokoh agama dan lembaga keagamaan memanfaatkan platform ini untuk berdakwah secara digital melalui video singkat, kutipan ayat, dan infografis yang menarik (Rahmawati dkk., 2024). Penyajian pesan keagamaan yang dikemas secara visual dan interaktif mampu menumbuhkan motivasi spiritual serta

memperkuat pemahaman nilai-nilai Islam di kalangan siswa. Namun demikian, derasnya arus informasi tanpa penyaringan yang memadai juga dapat menimbulkan dampak negatif. Instagram sering kali menjadi ruang penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, termasuk konten keagamaan yang keliru atau disalahartikan, sehingga berpotensi melemahkan nilai-nilai religius apabila tidak diimbangi dengan literasi digital yang baik.

Penelitian terdahulu oleh Amalia dkk., (2024) menemukan bahwa penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan karakter remaja. Frekuensi penggunaan yang tinggi dapat memperluas wawasan sosial, tetapi juga berpotensi menurunkan kontrol diri jika tidak diimbangi dengan nilai moral. Temuan tersebut sejalan dengan pandangan Annisa dkk., yang menekankan bahwa pendidikan karakter di era digital harus menyeimbangkan antara internalisasi nilai moral dan pemanfaatan teknologi secara bertanggung jawab (Annisa dkk., 2024). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menjawab pertanyaan utama mengenai bagaimana pengaruh penggunaan Instagram terhadap karakter religius siswa di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Purworejo.

Sebagai landasan teoretis, penelitian ini menggunakan *Cultivation Theory* yang dikemukakan oleh George Gerbner. Teori ini menjelaskan bahwa media memiliki efek jangka panjang terhadap pembentukan persepsi, nilai, dan perilaku individu melalui paparan berulang terhadap pesan yang sama. Meskipun awalnya diterapkan dalam konteks televisi, teori ini tetap relevan untuk memahami fenomena media sosial modern. Rahman & Hilmiyah (2024) menyatakan bahwa media sosial memiliki kekuatan serupa dengan televisi dalam membentuk konstruksi realitas sosial.

Dengan demikian, teori kultivasi menjadi kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana konten keagamaan di Instagram dapat menumbuhkan nilai-nilai religius pada diri siswa melalui mekanisme pembiasaan dan internalisasi yang berulang. Siswa yang secara rutin mengonsumsi konten positif seperti dakwah singkat, nasihat islami, atau kutipan Al-Qur'an berpotensi memiliki tingkat religiusitas yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang terpapar konten bersifat hedonistik atau tidak sesuai dengan norma agama

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Instagram terhadap karakter religius siswa di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Purworejo. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian PAI, khususnya dalam memahami dinamika penggunaan media sosial sebagai faktor yang berpotensi memengaruhi pembentukan karakter religius.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, di mana data dikumpulkan melalui instrumen terstruktur dari sampel atau populasi, kemudian dianalisis menggunakan metode statistik untuk menghasilkan kesimpulan (Sugiyono, 2024). Sedangkan disebut *eksplanatory research* karena penelitian ini bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variabel bebas dan variabel terikat melalui pengujian hipotesis (Mulyadi, 2013). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik yang diolah secara statistik untuk mengetahui pengaruh penggunaan Instagram terhadap karakter religius.

Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa kelas X, XI, dan XII Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Purworejo pada tahun ajaran 2025/2026 yang berjumlah 1.041 siswa. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan sampling insidental, yaitu siapa pun yang secara kebetulan bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian (Sugiyono, 2024). Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berbasis *Google Form* yang dibagikan melalui grup WhatsApp resmi kelas X, XI, dan XII dengan bantuan Wakil Kepala Bidang Humas dan Agama MAN Purworejo. Dari 169 responden awal, setelah penghapusan *outlier*, sebanyak 164 data digunakan untuk analisis. Berdasarkan pedoman praktis Roscoe (1979) dalam *Research Methods for Business*, ukuran sampel yang layak berkisar antara 30 hingga 500 responden. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan 164 responden yang dianggap telah memenuhi kriteria kelayakan statistik.

Instrumen penelitian berupa kuesioner berskala Likert empat poin yang disusun berdasarkan dua variabel utama, yaitu variabel X (penggunaan Instagram) dan variabel Y (karakter religius). Masing-masing variabel terdiri atas 15 butir pernyataan. Indikator pada variabel X meliputi intensitas penggunaan Instagram, jenis fitur yang digunakan (seperti reels, explore, likes, dan komentar), interaksi dengan konten keagamaan, serta pemanfaatan Instagram untuk literasi keagamaan. Adapun indikator pada variabel Y mencakup ketaatan beribadah, akhlakul karimah, kedisiplinan menjalankan ajaran agama, kepatuhan terhadap nilai dan norma agama, serta sikap toleransi terhadap pemeluk agama lain. Responden memberikan jawaban dengan rentang nilai 1 (sangat tidak setuju) hingga 4 (sangat setuju).

Uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan perangkat lunak SPSS Statistics versi 30. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,153) pada taraf signifikansi 0,05, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Selanjutnya, uji

reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk menilai konsistensi internal instrumen. Nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar 0,856 untuk variabel X dan 0,942 untuk variabel Y, yang berarti keduanya melebihi ambang batas 0,60 dan dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian reliabel.

Sebelum dilakukan analisis utama, data terlebih dahulu diuji untuk memastikan tidak terdapat nilai ekstrem (outlier) yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Deteksi outlier dilakukan menggunakan boxplot untuk mengidentifikasi data ekstrem yang berpotensi melanggar asumsi regresi. Hasil identifikasi menunjukkan adanya lima data outlier yang menyebabkan pelanggaran terhadap asumsi linieritas. Setelah penghapusan, jumlah data yang awalnya 169 menjadi 164 responden, dan model regresi memenuhi asumsi linieritas. Teknik analisis data menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS Statistics versi 30. Analisis utama dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh penggunaan Instagram terhadap karakter religius siswa. Uji hipotesis dilakukan melalui uji t parsial untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh, serta koefisien determinasi (R^2) untuk melihat besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL

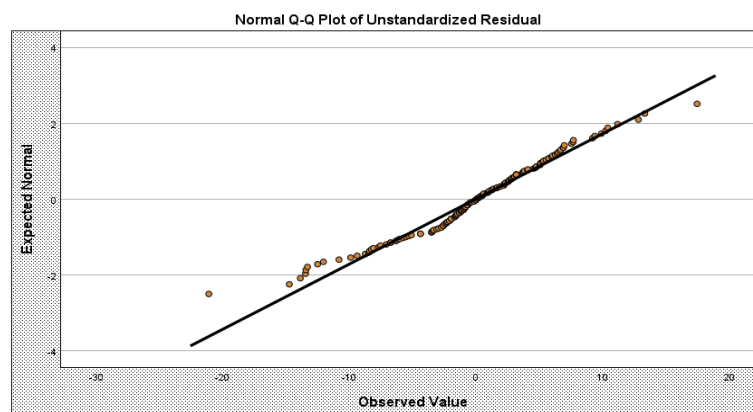
Uji Normalitas Data

Uji Normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov serta pemeriksaan visual melalui Q-Q Plot. Data dikatakan berdistribusi normal berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov jika nilai p-value lebih besar dari 0,05. Pada uji visual melalui Q-Q Plot, menurut Field (2024), normalitas dapat dinilai dengan melihat sejauh mana titik-titik pada Q-Q Plot menyimpang dari garis diagonal, semakin dekat titik-titik tersebut dengan garis diagonal, semakin besar kemungkinan data berdistribusi normal.

Tabel 1. Uji normalitas *kolmogorov-smirnov*

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardized Residual | |
|--|-------------------------|-------------------------|------|
| N | | 164 | |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 | |
| | Std. Deviation | 5.81325070 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | .102 | |
| | Positive | .048 | |
| | Negative | -.102 | |
| Test Statistic | | .102 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | <.001 | |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d | Sig. | <.001 | |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .000 |
| | | Upper Bound | .001 |

Berdasarkan Tabel 1, nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ menunjukkan bahwa secara statistik data tidak berdistribusi normal. Uji normalitas formal seperti Kolmogorov-Smirnov memiliki kelemahan karena pada ukuran sampel yang besar *lebih dari 100 responden* uji ini cenderung terlalu sensitif dan mudah menolak hipotesis normalitas meskipun penyimpangan distribusinya tidak substantif, sebaliknya pada ukuran sampel kecil, daya uji (*power*) Kolmogorov-Smirnov cenderung rendah sehingga kurang mampu mendeteksi penyimpangan distribusi yang sebenarnya ada (Lumley dkk., 2002; Ghasemi & Zahediasl, 2012). Menurut Field (2024), penilaian normalitas distribusi juga dapat dilakukan secara visual dengan melihat Q-Q Plot dan Histogram. Oleh karena itu, untuk memperoleh gambaran yang lebih komperhensif mengenai pola distribusi data, dilakukan juga analisis normalitas melalui tampilan grafik berupa Normal Q-Q Plot.



Gambar 1. Uji normalitas *Q-Q plot*

Berdasarkan hasil analisis grafik Normal Q-Q Plot pada gambar 1 memperlihatkan bahwa titik-titik residual menyebar disekitar garis diagonal dengan sedikit penyimpangan pada bagian ujung. Hal ini menunjukkan bahwa data residual cenderung mendekati distribusi normal. Oleh karena itu dapat disimpulkan asumsi normalitas masih dapat diterima secara visual. Berdasarkan Tabel 1, nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ menunjukkan bahwa secara statistik data tidak berdistribusi normal. Namun hasil uji visual melalui *Normal Q-Q Plot* pada Gambar 1 memperlihatkan bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dengan sedikit penyimpangan di bagian ujung. Hal ini mengindikasikan bahwa data residual secara praktis dapat dianggap mendekati distribusi normal sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Linieritas Data

Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan analisis *Analysis of Variance* (ANOVA), hubungan dinyatakan linier apabila nilai signifikansi (Sig.) pada baris *Linierity* $< 0,05$ dan nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linierity* $> 0,05$.

Tabel 2. Uji linieritas ANOVA

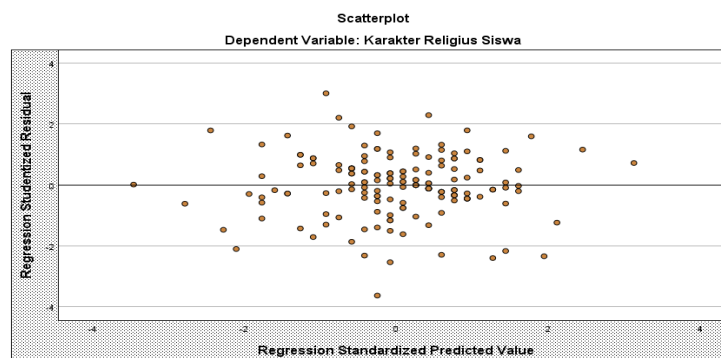
| ANOVA Table | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------------|----------------|--------------------------|----------------|-----|-------------|--------|-------|
| X * Y | Between Groups | (Combined) ^a | 3390.969 | 31 | 109.386 | 3.233 | <,001 |
| | | Linearity | 2348.298 | 1 | 2348.298 | 69.412 | <,001 |
| | | Deviation from Linearity | 1042.670 | 30 | 34.756 | 1.027 | .439 |
| | Within Groups | | 4465.733 | 132 | 33.831 | | |
| | Total | | 7856.701 | 163 | | | |

a. Footnote

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai *Linierity* $< 0,001$ kurang dari $0,05$, yang berarti hubungan linier antara variabel independen dan dependen signifikan secara statistik. Selain itu nilai *Deviation from Linierity* $0,439 > 0,05$, menunjukkan tidak terdapat penyimpangan signifikan dari linieritas. Berdasarkan hasil, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen memenuhi asumsi linieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan analisis grafik scatterplot dan uji glejser. Uji Scatterplot dilakukan dengan cara menganalisis pola sebaran titik antara nilai residual studentized (ZRESID) dan nilai prediksi (ZPRED). Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah apabila titik-titik pada grafik Scatterplot menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya, apabila titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur, seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2021). Uji glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual *ABS_RES* terhadap variabel independent, dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah apabila nilai signifikansi *Sig.* $> 0,05$, maka model dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi *Sig.* $< 0,05$, maka modelnya dinyatakan mengalami heteroskedastisitas (Iba & Wardhana, 2024).

**Gambar 3.** Uji heteroskedastisitas *scatterplot*

Berdasarkan Gambar 3, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di atas dan dibawah sumbu horizontal (nilai 0 pada sumbu Y) serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas, seperti menyempit, melebar, atau bergelombang. Pola sebaran tersebut menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan pada setiap nilai prediksi (ZPRED). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi homokedastisitas.

Tabel 3. Uji heteroskedastisitas *uji glejser*

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.300 | 2.109 | | 2.987 | .003 |
| | Variabel X | -.049 | .052 | -.075 | -.958 | .339 |

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Sig.* variabel independen sebesar 0,339 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residual *ABS_RES*, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, baik berdasarkan hasil uji scatterplot maupun uji glejser, dapat disimpulkan bahwa model regresi di penelitian ini memenuhi asumsi homokedastisitas

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Instagram terhadap karakter religius siswa di MAN Purworejo.

Tabel 4. Hasil analisis regresi linier sederhana

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| | (Constant) | 18.096 | 3.155 | | 5.735 | <,001 |
| | Variabel X | .641 | .077 | .547 | 8.310 | <,001 |

a. Dependent Variable: Karakter Religius Siswa

Berdasarkan hasil pada Tabel 4, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=18,096 + 0,641X$$

Persamaan tersebut dapat diartikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam penggunaan Instagram akan meningkatkan karakter religius siswa sebesar 0,641 satuan. Koefisien regresi bernilai positif, yang menunjukkan hubungan searah antara penggunaan Instagram dan karakter religius siswa.

Uji *t* (Uji Parsial)

Uji *t* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (BINUS University, 2021). Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4, nilai *t* hitung untuk variabel penggunaan Instagram sebesar 8,310 dengan nilai signifikansi < 0,001. Sementara itu, nilai *t* tabel pada taraf signifikansi 0,05 (two-tailed) dengan derajat kebebasan (*df*) = 162 adalah 1,975. Karena *t* hitung (8,310) > *t* tabel (1,975) dan nilai signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap karakter religius siswa di MAN Purworejo.

Uji Koefisien Determinasi *R Square*

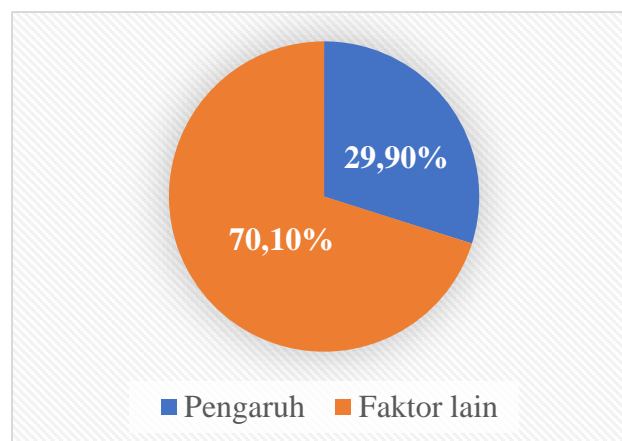
Uji koefisien determinasi (*R Square*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi perubahan variabel dependen.

Tabel 5. Hasil uji koefisien determinasi R^2

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .547 ^a | .299 | .295 | 5.831 |

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Instagram

Nilai *R Square* sebesar 0,299 menunjukkan bahwa 29,90% variasi karakter religius siswa dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan Instagram, sedangkan 70,10% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.



Gambar 4. Diagram persentase pengaruh

DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap karakter religius siswa di MAN Purworejo. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diperoleh nilai koefisien regresi positif sebesar 0,641 dengan signifikansi < 0,001 dan nilai R^2 sebesar 0,299. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi intensitas

penggunaan Instagram khususnya dalam konteks konten keagamaan, maka semakin tinggi pula tingkat karakter religius siswa. Temuan ini mengonfirmasi adanya hubungan yang searah antara aktivitas siswa di media sosial dan pembentukan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Hasil tersebut memperkuat pandangan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga dapat berfungsi sebagai media pembelajaran dan penginternalisasian nilai moral (Rahman & Hilmiyah, 2024). Siswa yang aktif berinteraksi dengan konten religius, seperti video dakwah singkat, kutipan motivasi islami, atau unggahan tokoh agama, cenderung terpapar pada nilai-nilai keislaman yang positif. Proses paparan yang berulang terhadap konten serupa kemudian membentuk pola berpikir dan perilaku religius dalam kehidupan mereka. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Amalia dkk., (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap pembentukan karakter remaja, baik dari segi moral maupun spiritual, tergantung pada jenis konten yang dikonsumsi serta intensitas penggunaannya.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui perspektif Cultivation Theory yang dikemukakan oleh George Gerbner. Menurut teori ini, media memiliki kemampuan untuk “menanamkan” nilai-nilai tertentu kepada audiens melalui terpaan pesan yang terus-menerus dan berulang. Dalam konteks media sosial, teori ini semakin relevan karena interaksi pengguna dengan media bersifat aktif, intens, dan berlangsung dalam durasi yang panjang. Sejalan dengan Rahman & Hilmiyah (2024), efek kultivasi tidak hanya terjadi pada televisi tetapi juga pada platform digital seperti Instagram, di mana pengguna membangun persepsi sosial dan moral berdasarkan realitas yang dikonstruksi oleh media. Dalam penelitian ini, siswa yang sering terpapar konten keagamaan di Instagram mengalami proses kultivasi nilai religius, yakni internalisasi keyakinan, sikap, dan perilaku yang sejalan dengan ajaran Islam.

Temuan ini juga selaras dengan hasil penelitian yang menyatakan, bahwa lingkungan digital dapat menjadi wahana penguatan nilai apabila diarahkan secara positif (Annisa dkk., 2024). Media sosial yang digunakan secara bijak memungkinkan siswa memperoleh teladan religius, memperluas wawasan keagamaan, dan menumbuhkan semangat beribadah. Sebaliknya, penggunaan media sosial tanpa kontrol atau paparan terhadap konten yang tidak sesuai norma agama dapat menimbulkan efek sebaliknya, yakni melemahnya kesadaran moral dan spiritual. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mempertegas pentingnya peran guru, orang tua, dan institusi pendidikan dalam membimbing siswa agar lebih selektif dalam mengonsumsi konten digital.

Secara konseptual, hubungan positif antara penggunaan Instagram dan karakter religius menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi instrumen pendidikan nilai apabila dikaitkan dengan konteks pembelajaran agama. Terpaan pesan keagamaan melalui media visual yang menarik dapat memotivasi siswa untuk beribadah, berperilaku santun, dan menjauhi perbuatan yang bertentangan dengan ajaran agama. Artinya, karakter religius tidak hanya dibentuk melalui kegiatan pembelajaran formal, tetapi juga dapat tumbuh melalui lingkungan digital yang bernuansa positif.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperluas pemahaman terhadap teori efek media, khususnya dalam konteks pendidikan Islam. Media sosial seperti Instagram dapat menjadi agen kultivasi nilai religius ketika penggunaannya diarahkan pada konten yang mendidik dan bermoral. Proses internalisasi nilai yang terjadi melalui paparan media ini menegaskan bahwa teknologi digital dapat berperan strategis dalam pembentukan karakter spiritual generasi muda, sepanjang penggunaannya disertai dengan literasi, kesadaran, dan pengawasan yang memadai.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap karakter religius siswa di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Purworejo. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,641 dengan signifikansi $< 0,001$, yang berarti semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram khususnya terhadap konten keagamaan maka semakin tinggi pula tingkat karakter religius siswa. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,299 menunjukkan bahwa 29,90% variasi karakter religius siswa dijelaskan oleh variabel penggunaan Instagram, sedangkan 70,10% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Hasil ini menegaskan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga memiliki potensi sebagai sarana pembentukan nilai dan karakter, terutama dalam aspek religiusitas. Paparan konten keagamaan yang konsisten melalui platform digital ini dapat menumbuhkan kesadaran spiritual, meningkatkan motivasi beribadah, dan membentuk sikap positif siswa terhadap ajaran agama.

Secara teoritis, temuan ini memperkuat Cultivation Theory dari George Gerbner yang menjelaskan bahwa media dapat menanamkan nilai-nilai sosial dan moral melalui proses paparan yang berulang (Rahman & Hilmiyah, 2024). Dalam konteks pendidikan agama Islam, teori ini membuktikan relevansinya dalam era media sosial, di mana penggunaan platform seperti Instagram dapat menjadi agen kultivasi nilai religius apabila dikonsumsi secara selektif dan bijak. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman bahwa penguatan karakter

religius di kalangan siswa siswa MAN Purworejo dapat dilakukan tidak hanya melalui pendidikan formal di madrasah, tetapi juga melalui pemanfaatan media sosial yang bernilai edukatif dan inspiratif.

REFERENSI

- Amalia, A., Ramadhani, A. L., Vitacheria, F. G., & Azizah, I. (2024). Pendidikan Karakter dan Teknologi: Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pembentukan Karakter Remaja. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pembelajaran*, 3(1), 32–39. <https://doi.org/10.58706/jipp.v3n1.p32-39>
- Annisa, I. C., Agustina, I., Khasanah, L. N., & Apriliyani, N. (2024). Menempa Generasi Berkarakter: Kajian Pustaka Tentang Strategi Efektif Pendidikan Karakter di Era Digital. *Social Humanities and Educational Studies (SHEs) Conference Series*, 7(3). <https://doi.org/10.20961/shes.v7i3.91730>
- BINUS University. (2021, Februari 12). *Memahami Uji t dalam Regresi Linier*. School of Accounting, BINUS University. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>
- Field, A. (2024). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (6th ed.). SAGE.
- Ghasemi, A., & Zahediasl, S. (2012). Normality Tests for Statistical Analysis: A Guide for Non-Statisticians. *International Journal of Endocrinology and Metabolism*, 10(2), 486–489. <https://doi.org/10.5812/ijem.3505>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Uji Asumsi Klasik. *ResearchGate*, 40–59. https://www.researchgate.net/publication/382116253_Uji_Asumsi_Klasik
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2017). *Konsep dan Pedoman Penguatan Pendidikan Karakter: Tingkat Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. <https://repositori.kemendikdasmen.go.id/10075/>
- Lumley, T., Diehr, P., Emerson, S., & Chen, L. (2002). The Importance of the Normality Assumption in Large Public Health Data Sets. *Annual Review of Public Health*, 23(1), 151–169. <https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.23.100901.140546>
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 15(1), 128–128. <https://jkd.komdigi.go.id/index.php/jskm/article/view/52>
- NapoleonCat. (2025, Januari). *Instagram Users In Indonesia*. NapoleonCat. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2025/01/>
- Purnama, B. E. (2024, Maret 29). *Instagram Jadi Media Sosial Terpopuler di Kalangan Gen Z*. Mediaindonesia.com. <https://mediaindonesia.com/teknologi/662211/instagram-jadi-media-sosial-terpopuler-di-kalangan-gen-z>
- Rahman, A., & Hilmiyah, M. (2024). Media Sosial dan Masyarakat: Ditinjau dari Analisis Kultivasi Media. *Komunida Media Komunikasi dan Dakwah*, 14(1), 79–97. <https://doi.org/10.35905/komunida.v14i1.9643>
- Rahmawati, J. R., Puspita, D. A., Azis, M. Z., & Fadhil, A. (2024). Dampak Media Sosial terhadap Religiusitas Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Hikmah: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 168–182. <https://doi.org/10.61132/hikmah.v2i1.584>

- Richter, E., Carpenter, J. P., Meyer, A., & Richter, D. (2022). Instagram as a Platform for Teacher Collaboration and Digital Social Support. *Computers & Education, 190*, 104624–104624. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2022.104624>
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Yonatan, A. Z. (2025, Juni 19). *Indonesia Jadi Negara Pengguna Instagram Tertinggi Ke-4 di Dunia*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-negara-pengguna-instagram-tertinggi-ke-4-di-dunia-lmY9h>