

Algoritma Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Pola Pikir Keagamaan Siswa MAN 1 Medan (Studi pada Konten Dakwah Pendek)

Syti Salwaa Nafiisah¹, Azril Arfansyah², Shaqila Rahmayani Gultom³, Ridho Affandi⁴, Umar Mukhtar Siregar⁵

^{1),2),3)4),5)} Ilmu Komputer, Universitas Negeri Medan, Indonesia

e-mail correspondent: sytisalwaanafisah@gmail.com

Received: 22-03-2026

Revised: 25-03-2026

Accepted: 03-04-2026

Info Artikel

Abstract

Keywords:

Social media algorithms, short-form da'wah content, religious mindset, university students, digital media.

Kata kunci:

Algoritma media sosial, konten dakwah pendek, pola pikir keagamaan, mahasiswa, media digital.

The rapid development of social media technology, particularly through algorithm-based content recommendation systems, has significantly transformed the distribution and consumption of religious information among adolescents. These algorithms personalize content exposure based on users' interactions, preferences, and engagement patterns, thereby increasing the visibility of short-form da'wah content on platforms such as TikTok, Instagram Reels, and YouTube Shorts. This study aims to examine the influence of social media algorithms on the religious mindset of students at MAN 1 Medan, focusing on how exposure to short-form religious preaching content shapes their understanding, attitudes, and responses toward religious issues. Employing a quantitative research approach with a survey method, data were collected through structured questionnaires distributed to students and analyzed descriptively to identify patterns of digital engagement and their relationship with religious cognition. The findings indicate that algorithm-driven content recommendations play a meaningful role in directing students' access to particular religious narratives, which subsequently contributes to the formation and reinforcement of their religious perspectives. These results highlight that social media functions not only as a communication platform but also as a digital environment that actively influences the development of religious thought among young users in the contemporary digital era.

Abstrak.

Perkembangan pesat teknologi media sosial yang didukung oleh sistem rekomendasi berbasis algoritma telah membawa perubahan signifikan dalam pola distribusi dan konsumsi informasi keagamaan di kalangan remaja. Algoritma bekerja dengan mempersonalisasi konten berdasarkan interaksi, preferensi, serta pola keterlibatan pengguna, sehingga konten dakwah pendek pada platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts semakin mudah diakses dan berulang kali muncul pada beranda siswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh algoritma media sosial terhadap pola pikir keagamaan siswa MAN 1 Medan, khususnya dalam konteks konsumsi konten dakwah pendek di ruang digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner terstruktur kepada siswa sebagai responden, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi hubungan antara intensitas paparan konten dakwah digital dengan pembentukan pemahaman, sikap, dan cara pandang keagamaan siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem rekomendasi berbasis algoritma memiliki peran dalam mengarahkan akses siswa terhadap narasi keagamaan tertentu, yang pada akhirnya berkontribusi dalam membentuk serta memperkuat perspektif keagamaan mereka. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang digital yang turut memengaruhi konstruksi pola pikir keagamaan generasi muda di era kontemporer.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membentuk lanskap sosial baru yang memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan generasi muda, termasuk praktik keberagamaan dan pembentukan identitas keagamaan. Media sosial kini berfungsi sebagai ruang produksi makna dan interaksi religius yang menggeser sebagian praktik keagamaan dari ruang fisik menuju ruang virtual. Pergeseran ini menunjukkan bahwa ruang digital bukan sekadar sarana komunikasi, melainkan arena konstruksi realitas sosial-keagamaan yang memengaruhi cara generasi muda memahami dan memaknai ajaran Islam. (Auliyya et al., n.d.; Suryadi & Anwar, n.d.)

Dalam konteks dakwah Islam, media sosial menghadirkan model penyampaian pesan keagamaan yang lebih adaptif terhadap karakter generasi Z. Dakwah digital memungkinkan pesan agama disampaikan secara cepat, luas, dan fleksibel melalui format konten singkat, visual, dan komunikatif. Sejumlah temuan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan jangkauan dan efektivitas dakwah, meskipun kualitas pemahaman audiens sangat dipengaruhi oleh cara pengemasan pesan dan relevansinya dengan konteks kehidupan sehari-hari. (Ardhana et al., 2025; Putri Arini & Hasanah Sudradjat, 2023)

Seiring dengan itu, munculnya influencer digital menandai pergeseran otoritas keagamaan di ruang digital. Influencer berperan sebagai agen sosialisasi nilai Islam yang membangun kedekatan emosional dengan audiens, sehingga berpengaruh terhadap pembentukan preferensi dan sikap keagamaan generasi muda. Proses sosialisasi nilai melalui figur populer di media sosial memperluas jalur transmisi nilai-nilai Islam di luar lembaga formal seperti keluarga dan sekolah. (Hariawan Akbar et al., n.d.)

Fenomena dakwah digital tidak dapat dilepaskan dari peran algoritma media sosial yang menentukan konten apa yang lebih sering muncul pada beranda pengguna. Sistem rekomendasi berbasis interaksi mendorong pengguna terpapar pada konten yang sejalan dengan preferensi sebelumnya, sehingga membentuk pola konsumsi informasi keagamaan yang berulang. Kondisi ini berpotensi mempersempit ragam perspektif keagamaan yang diterima pengguna, sekaligus mempercepat penyebaran konten dakwah pendek yang populer secara algoritmik. (Barri et al., 2025; Saputra & Irfanda, n.d.)

Di sisi lain, ruang digital juga berfungsi sebagai medium pembelajaran yang berkontribusi pada peningkatan literasi agama generasi Z. Konten keagamaan yang disajikan secara interaktif dan kontekstual di ruang digital dapat membantu generasi muda memahami nilai-nilai Islam secara lebih dekat dengan realitas kehidupan mereka. Namun, pembelajaran agama di ruang digital tetap memerlukan pendampingan agar tidak terjebak pada pemahaman yang parsial akibat keterbatasan format konten pendek. (Fikri UIN Raden Intan Lampung et al., n.d.)

Algoritma Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Pola Pikir Keagamaan Siswa MAN 1 Medan (Studi pada Konten Dakwah Pendek)

Lebih lanjut, berbagai kajian menunjukkan bahwa media sosial memiliki implikasi terhadap pembentukan moral dan sikap keagamaan remaja. Paparan konten religius secara konsisten dapat memperkuat orientasi moral tertentu, tetapi paparan yang tidak terkurasi berpotensi memunculkan kebingungan nilai. Hal ini menegaskan pentingnya literasi media dan pendampingan pendidikan agama dalam menghadapi arus informasi keagamaan di media sosial. (Anisatul Luthfia, 2024; Siregar & Herman, n.d.)

Selain itu, komodifikasi konten keagamaan di media sosial menunjukkan bahwa pesan dakwah kerap dikemas mengikuti logika industri konten digital yang berorientasi pada atensi dan keterlibatan audiens. Strategi ini dinilai efektif untuk menarik minat generasi muda, tetapi berpotensi menggeser orientasi dakwah dari pendalaman substansi menuju pencapaian engagement semata. (Kurnia Addien et al., n.d.; Noratur Rahmah et al., 2025)

Di tingkat praksis pendidikan, media sosial juga memengaruhi dinamika pembelajaran dan perilaku siswa. Paparan intensif terhadap konten digital, termasuk konten keagamaan, berkontribusi pada pembentukan preferensi dan pola pikir siswa dalam merespons isu-isu keagamaan kontemporer. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial berperan sebagai agen sosialisasi yang memengaruhi cara siswa mengonstruksi pemahaman dan sikap keagamaan mereka. (Aulia Rani et al., 2025; Ishma Sajida et al., 2023) Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan relevansi fenomena ini. Penelitian mengenai pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam menunjukkan bahwa platform digital seperti YouTube, Instagram, dan WhatsApp mampu menjadi media efektif dalam proses internalisasi nilai keagamaan dan akhlak siswa (Mujahid, 2025). Selanjutnya, penelitian tentang strategi dakwah berbasis media digital pada generasi Z menemukan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga membentuk cara generasi muda memahami ajaran agama melalui konten yang menarik dan interaktif. Selain itu, kajian mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan Islam menegaskan bahwa generasi Z sangat bergantung pada media sosial sebagai sumber pembelajaran keagamaan, sehingga terjadi transformasi pola penyampaian dan penerimaan nilai-nilai Islam (Matematika et al., 2025). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa media sosial mampu menunjang pemahaman keagamaan siswa melalui pendekatan konstruktivisme, di mana siswa secara aktif mengintegrasikan informasi yang diperoleh dari media digital ke dalam struktur pengetahuan mereka (Mahbubi & Aini, 2024).

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa algoritma media sosial, karakteristik konten dakwah pendek, peran influencer digital, serta fungsi ruang digital sebagai medium pembelajaran dan sosialisasi nilai secara bersama-sama membentuk pola konsumsi konten keagamaan dan konstruksi pola pikir keagamaan generasi muda. Namun, kajian yang secara spesifik

menelaah pengaruh algoritma media sosial terhadap pola pikir keagamaan siswa di konteks sekolah menengah keagamaan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk menganalisis bagaimana algoritma media sosial memengaruhi pola pikir keagamaan siswa MAN 1 Medan melalui paparan konten dakwah pendek, baik dari sisi akses terhadap narasi keagamaan, cara memahami pesan, maupun proses internalisasi nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris pengaruh algoritma media sosial terhadap pola pikir keagamaan siswa, khususnya dalam merespons paparan konten dakwah berdurasi pendek. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa-siswi MAN 1 Medan. Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling*, dengan kriteria responden adalah siswa yang aktif menggunakan media sosial dan mengonsumsi konten dakwah. Total sampel yang dianalisis secara valid berjumlah 51 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner daring yang disebarkan kepada responden. Instrumen penelitian diukur menggunakan Skala Likert lima titik: Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1).

Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif. Untuk menghitung persentase karakteristik penggunaan platform, digunakan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Angka persentase

F = Frekuensi jawaban responden

N = Jumlah total responden

Selanjutnya, untuk menganalisis kecenderungan pola pikir keagamaan dari kuesioner skala Likert, dilakukan penghitungan nilai rata-rata (*mean*) dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan:

\bar{X} = Nilai rata-rata (*mean*)

$\sum X$ = Jumlah total skor jawaban

N = Jumlah responden

Algoritma Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Pola Pikir Keagamaan Siswa MAN 1 Medan (Studi pada Konten Dakwah Pendek)

Untuk mempermudah interpretasi nilai rata-rata, digunakan rentang kategori penilaian berdasarkan interval kelas: 1,00 – 1,80 (Sangat Tidak Setuju); 1,81 – 2,60 (Tidak Setuju); 2,61 – 3,40 (Netral); 3,41 – 4,20 (Setuju); dan 4,21 – 5,00 (Sangat Setuju).+

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan data yang terkumpul dari 51 responden siswa MAN 1 Medan, profil penggunaan platform media sosial untuk melihat konten islami disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Platform Media Sosial yang Paling Sering Digunakan

Platform Media Sosial	Frekuensi (F)	Persentase (%)
TikTok	27	52,94%
Instagram (Reels)	14	27,45%
YouTube (Shorts)	6	11,76%
Lainnya	3	5,88%
Tidak Menjawab/Kosong	1	1,96%
Total	51	100%

Tabel 1 menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden (52,94%) menggunakan TikTok sebagai platform utama, diikuti oleh Instagram Reels (27,45%). Dominasi platform berbasis video vertikal singkat ini menjadi lokus utama Bergeraknya algoritma rekomendasi dakwah.

Analisis lebih lanjut mengenai variabel pengaruh algoritma dan dampaknya terhadap pola pikir keagamaan diukur menggunakan 10 item pernyataan tertutup. Rekapitulasi nilai rata-rata (*mean*) disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Distribusi Nilai Rata-rata (Mean) Indikator Penelitian

No	Item Pernyataan	Total Skor	Rata-rata	Kategori
1	Saya cenderung hanya menonton video dakwah yang lewat di beranda (FYP) daripada sengaja mencarinya.	160	3,14	Netral
2	Jika saya menyukai satu video ustadz tertentu, aplikasi terus menyodorkan video dari ustadz yang sama.	184	3,61	Setuju

3	Saya lebih menyukai konten dakwah yang singkat dibandingkan ceramah panjang.	191	3,75	Setuju
4	Saya merasa algoritma tahu masalah agama saya dan menyodorkan solusinya.	169	3,31	Netral
5	Saya merasa sudah paham hukum agama hanya dengan satu video pendek.	132	2,59	Tidak Setuju
6	Saya malas membaca buku agama karena terlalu panjang dan rumit.	131	2,57	Tidak Setuju
7	Belajar agama di media sosial lebih efektif karena langsung ke kesimpulan.	169	3,31	Netral
8	Saya menjadikan potongan video sebagai rujukan utama saat berdebat agama.	134	2,63	Netral
9	Saya langsung percaya video dakwah kontroversial tanpa cek versi lengkap.	112	2,20	Tidak Setuju
10	Saya melihat komentar netizen untuk menentukan benar atau salah.	142	2,78	Netral

Pembahasan

Berdasarkan Tabel 2, dapat dianalisis secara komprehensif mengenai relasi antara sistem algoritma dan dinamika literasi keagamaan siswa MAN 1 Medan. Pembahasan diklasifikasikan ke dalam dua temuan utama:

Personalisasi Algoritma dan Terbentuknya *Filter Bubble*

Sistem rekomendasi (*recommendation engine*) pada media sosial terbukti bekerja secara aktif dalam mengkurasi asupan keagamaan siswa. Hal ini dibuktikan secara empiris pada item pernyataan nomor 2 yang memperoleh nilai rata-rata 3,61 (Setuju). Fenomena di mana aplikasi secara terus-menerus menyodorkan video dari ustadz atau gaya dakwah yang sama mengonfirmasi terjadinya *filter bubble* (gelembung filter). Algoritma dirancang untuk membaca interaksi (*likes, watch time*) sebagai sinyal preferensi, sehingga membatasi siswa dari keberagaman perspektif. Meski memudahkan siswa mendapatkan nasihat harian, mekanisme ini berisiko mempersempit wawasan keagamaan karena mengeksklusi konsep *ikhtilaf* (perbedaan pendapat ulama) dari ruang pandang digital mereka.

Paradoks *Micro-Learning*: Preferensi Instan di Tengah Ketahanan Literasi Kritis

Algoritma Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Pola Pikir Keagamaan Siswa MAN 1 Medan (Studi pada Konten Dakwah Pendek)

Terdapat temuan kebaruan (*novelty*) yang sangat menarik dalam penelitian ini terkait budaya literasi siswa. Di satu sisi, pernyataan nomor 3 menunjukkan bahwa siswa memang menyukai konten dakwah yang singkat (*micro-learning*) dengan skor rata-rata tertinggi yaitu 3,75 (Setuju). Namun, kecintaan terhadap kepraktisan visual ini ternyata **tidak** merusak minat literasi dan nalar kritis mereka.

Hal ini secara meyakinkan dibuktikan oleh nilai pada pernyataan nomor 6 (Malas membaca buku agama), di mana rata-rata jawaban adalah 2,57 (Tidak Setuju). Fakta ini mematahkan asumsi bahwa dakwah digital mematikan literasi tekstual; siswa terbukti masih menyadari pentingnya buku literatur. Lebih jauh lagi, ketahanan nalar kritis (*critical thinking*) siswa terlihat sangat kokoh. Siswa secara tegas menolak anggapan bahwa mereka sudah paham hukum agama hanya dengan satu video pendek (rata-rata 2,59/Tidak Setuju) dan menolak langsung percaya pada video dakwah kontroversial tanpa mengecek versi lengkapnya (rata-rata 2,20/Tidak Setuju).

Angka-angka ini merepresentasikan keberhasilan internalisasi nilai *tabayyun* (verifikasi) dalam pendidikan karakter di madrasah. Siswa MAN 1 Medan mampu memposisikan media sosial secara proporsional: sekadar sebagai medium pemantik spiritual ringan (siraman rohani), bukan sebagai substitusi atas otoritas fatwa, buku literatur keagamaan yang valid, maupun rujukan primer dalam penyelesaian masalah hukum agama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa MAN 1 Medan memanfaatkan media sosial berbasis video pendek sebagai sumber informasi keagamaan, dengan dominasi penggunaan TikTok (52,94%) dan Instagram Reels (27,45%), serta dipengaruhi oleh sistem algoritma yang membentuk filter bubble keagamaan melalui penyajian konten serupa secara berulang (skor rata-rata 3,61/Setuju). Siswa menunjukkan preferensi yang tinggi terhadap konten dakwah singkat atau micro-learning (skor 3,75/Setuju), namun hal tersebut tidak berdampak negatif terhadap kemampuan literasi kritis mereka, yang tercermin dari sikap tidak setuju bahwa satu video cukup untuk memahami hukum agama secara utuh (skor 2,59) serta kecenderungan untuk tidak langsung mempercayai konten kontroversial tanpa proses verifikasi atau tabayyun (skor 2,20). Selain itu, penggunaan media sosial tidak mengurangi minat siswa dalam membaca buku teks keagamaan (skor 2,57), sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial berfungsi sebagai media pendukung atau pemantik pemahaman keagamaan yang bersifat awal, namun tidak menggantikan peran sumber otoritatif seperti guru dan literatur keagamaan yang kredibel.

Saran

Penelitian ini memberikan implikasi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat pemahaman tentang bagaimana algoritma media sosial memengaruhi konstruksi pola pikir keagamaan generasi muda tanpa harus menghilangkan nalar kritis mereka. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak sekolah, khususnya MAN 1 Medan, untuk terus mengintegrasikan literasi media digital dalam kurikulum pendidikan agama guna memperkuat kemampuan *tabayyun* siswa di ruang siber.

Bagi siswa, disarankan untuk tetap mempertahankan sikap kritis dan terus memperluas cakrawala keagamaan di luar gelembung algoritma (*filter bubble*) agar mendapatkan perspektif yang lebih inklusif dan mendalam. Bagi guru dan pendidik, disarankan untuk merancang strategi pembelajaran yang mampu menjembatani kepraktisan konten digital dengan kedalaman substansi kitab atau buku literatur, sehingga dakwah pendek di media sosial dapat menjadi pintu masuk menuju pembelajaran yang lebih komprehensif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain seperti tingkat literasi digital, peran lingkungan keluarga, atau pengaruh otoritas guru di sekolah, guna mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang membentuk pola pikir keagamaan siswa di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisatul Luthfia. (2024). Peran Media Sosial terhadap Pengetahuan Keagamaan Remaja Muslim. *Moral: Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 2(1), 117–124. <https://doi.org/10.61132/moral.v2i1.529>
- Ardhana, A. N., Sudaryanto, E., Fildzahun, H., & Kusnadi, N. (2025). PENGARUH TERPAAN KONTEN INSTAGRAM @MAJELISRASUKULLAHSAW_JATIM TERHADAP MINAT GABUNG JAMA'AH. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 05, Number 02).
- Aulia Rani, F., Ghilman Kafa, M., Hanifa, A., Sa, N., Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, P., Ushuluddin Adab dan Dakwah, F., & H Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2025). ITTISHAL JURNAL KOMUNIKASI DAN MEDIA PERAN MEDIA SOSIAL DALAM DAKWAH ISLAM: ANTARA PELUANG DAN TANTANGAN DI ERA TEKNOLOGI. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(1), 31.
- Auliyya, A. S., Novi, I., Sari, W., & Adawiyah, R. (n.d.). Pengaruh Sosial Media Dalam Perubahan Dinamika Keberagamaan. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1. Retrieved <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/index>
- Barri, M. A. F., Ramadhan, F. H., Putra, M. A., Satresna, D., & Fajrussalam, H. (2025). FENOMENA KONSUMSI KONTEN DAKWAH DIGITAL PADA KALANGAN MAHASISWA: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Jurnal Da'wab: Risalah Merintis, Da'wab Melanjutkan*, 8(1), 129–138. <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v8i1.332>

Algoritma Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Pola Pikir Keagamaan
Siswa MAN 1 Medan (Studi pada Konten Dakwah Pendek)

- Fikri UIN Raden Intan Lampung, A., Fitri Efendy Pondok Pesantren An-Nur Padangsidempuan, D., Rahma Duyun Pondok Pesantren Modern Al-Abror, S., & Laila Zannah MAN, E. (n.d.). *PERAN RUANG DIGITAL SEBAGAI MEDIUM PEMBELAJARAN DALAM MENINGKATKAN LITERASI AGAMA GENERASI Z*. Retrieved <https://ejournal.yayasanbhz.org/index.php/AhsaniTaqwim>
- Hariawan Akbar, A., Supratama, R., Tinggi, S., Tarbiyah, I., & Yogyakarta, M. (n.d.). *PAGE 5 34 PROSES SOSIALISASI NILAI ISLAM MELALUI INFLUENCER DIGITAL: STUDI KUALITATIF PADA GENERASI Z*.
- Ishma Sajida, Nur Sabila, Mardhea Hayati, Anissa Maghfiroh, & Imam Rahmadani. (2023). Pengaruh Media Sosial (TikTok) Influencer Dakwah Terhadap Keagamaan Generasi Muda Muslim. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 18(1), 12–22. <https://doi.org/10.47441/jkp.v18i1.293>
- Kurnia Addien, A.-Z., Abdurrazaq, M. N., & Satria, A. (n.d.). Pengaruh Kebiasaan Berbagi Konten Dakwah di Medsos terhadap Tingkat Resiliensi Akademik Mahasiswa Generasi Z. *Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*. <https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v5i1>
- Mahbubi, M., & Aini, N. (2024). *KONSTRUKTIVISME PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENUNJANG PEMAHAMAN PESERTA DIDIK TENTANG AJARAN AGAMA ISLAM*. 11, 2014–2024.
- Matematika, ¹pendidikan, Islam, U., Syarif, N., Jakarta, H., & Selatan, T. (2025). *Ta'lif: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam p-ISSN : XXXX-XXXX e-ISSN : XXX-XXXX Volume 1 Nomor 3 Tahun 2025 DOI : XXXX-XXXX Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Islam bagi Generasi Z dalam Perspektif Etika Dakwah Digital Najwa Kamellia Syahgita¹, Syamsul Aripin² Abstrak Informasi Artikel*. <https://purpendijournal.com/index.php/talif>
- Mujahid, Ahd. (2025). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pembelajaran PAI: Tentang Internalisasi Nilai Keagamaan dan Akhlak Siswa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 10245–10250. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3478>
- Noratur Rahmah, Sayyid Afif, Muhammad Saleh, Nurkhozifah Nurkhozifah, Neiva Zaida Hasanah Saragih, & Haidar Sidqan Alkhalid. (2025). Efektifitas Konten Edukasi Keislaman di Platform Media Sosial: Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 6(1), 275–295. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v6i1.2049>
- Putri Arini, T., & Hasanah Sudradjat, R. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP EFEKTIVITAS DAKWAH. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 6(2), 239–249. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5849>
- Saputra, R. E., & Irfanda, H. (n.d.). *DINAMIKA PEMIKIRAN TEOLOGIS DI DUNIA MAYA PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP INTERPRETASI AJARAN ISLAM*.
- Siregar, U. M., & Herman, H. (n.d.). *AKTIVISME LINGKUNGAN BERBASIS KEAGAMAAN: KONSTRUKSI BUDAYA HIJAU DALAM KOMUNITAS KEAGAMAAN GENERASI MUDA INDONESIA*.

Syti Salwaa Nafiisah, Azril Arfansyah, Shaqila Rahmayani Gultom, Ridho Affandi,
Umar Mukhtar Siregar

Suryadi, I., & Anwar, S. (n.d.). *Realitas Virtual dan Polarisasi Agama: Menelaah Pengaruh Media Sosial di Indonesia*. Retrieved <https://journal.staialmasthuriyah.ac.id/index.php/albalagh/index>