
Kesalehan Digital: Studi Mahasiswa Islam dalam Menilai Keberagaman melalui Media Sosial

Nadia Karimah Hasanah¹, Nazwa Nasyilla Ikhwan¹, Maghfirotul Chisab Al-Jannah¹, Anisa Maulida Zulfa¹, Ahmad Abrori¹

¹Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jalan Kertamukti No.5, Cirendeui, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15412

Penulis untuk Korespondensi/E-mail: nadiahasan2211@gmail.com

Abstract

The development of social media has changed the way Muslim students express and evaluate their religiosity. Religious content spread in digital spaces is often used as a reference in assessing piety, although the sincerity of its meaning is not always clear. This study aims to analyze Muslim students' assessments of piety based on religious content on social media and their perceptions of religious representation on digital platforms. This study used a quantitative approach with a survey method of 89 Muslim students selected through a purposive sampling technique. Data were analyzed using a Pearson correlation test to examine the relationship between the intensity of exposure to religious content and assessments of digital piety. The results showed no significant relationship between the two variables ($p > 0.05$). This finding indicates that religious activity on social media is not a primary factor in determining religiosity assessments among students. The novelty of this study lies in measuring perceptions of digital piety from the perspective of a student audience, which adds to the empirical evidence in the study of religiosity in the digital space.

Keyword: Digital Piety; Diversity; Religious Content; Religious Representation; Social Media

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah cara mahasiswa Islam mengekspresikan dan menilai keberagaman. Konten keagamaan yang tersebar di ruang digital kerap dijadikan rujukan dalam menilai kesalehan, meskipun ketulusan maknanya tidak selalu jelas. Penelitian ini bertujuan menganalisis penilaian mahasiswa Islam terhadap kesalehan berdasarkan konten keagamaan di media sosial serta persepsi mereka terhadap representasi agama di platform digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 89 mahasiswa Muslim yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan uji korelasi Pearson untuk menguji hubungan antara intensitas keterpaparan konten keagamaan dan penilaian kesalehan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut ($p > 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa aktivitas keagamaan di media sosial bukan faktor utama dalam menentukan penilaian religiusitas di kalangan mahasiswa. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengukuran persepsi kesalehan digital dari perspektif audiens mahasiswa, yang menambah bukti empiris dalam studi keberagaman di ruang digital.

Kata kunci: Keberagaman; Kesalehan Digital; Konten Keagamaan; Media Sosial; Representasi Keagamaan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju melahirkan era yang dikenal dengan sebutan era digital. Era digital merupakan era yang ditandai dengan akses informasi yang begitu cepat dan mudah (Saptarianto dkk., 2024). Era dimana hampir semua hal bisa dilakukan atau diakses secara digital. Digitalisasi melahirkan beragam media berbasis internet yang memungkinkan masyarakat mengakses, memproduksi, dan menyebarkan informasi secara luas, salah satunya melalui media sosial. Media sosial merupakan media online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah praktik keagamaan, termasuk cara mahasiswa Muslim mengekspresikan dan menilai religiusitas. Media sosial kini menjadi ruang penting bagi mereka untuk menampilkan identitas keagamaan, berbagi pengetahuan Islam, dan berpartisipasi dalam diskursus keagamaan. Praktik religiusitas yang terjadi melalui platform digital ini dikenal sebagai “kesalahan digital”, yaitu kesalahan yang dimediasi oleh aktivitas dan interaksi keagamaan di ruang media sosial (Syahputra, 2021).

Dalam konteks mahasiswa, maraknya konten bertema Islam di platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube menjadi rujukan baru dalam memperoleh pemahaman keagamaan. Tingginya intensitas penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa memengaruhi cara mereka memahami dan menilai nilai-nilai keberagaman dalam Islam (Setiani et al., 2024). Fenomena ini memunculkan dinamika baru dalam proses penilaian kesalahan seseorang, di mana aktivitas keagamaan yang ditampilkan di media sosial kerap menjadi dasar dalam menilai tingkat religiusitas seseorang. Namun, sulit untuk memastikan apakah ekspresi tersebut didorong oleh ketulusan spiritual atau lebih berorientasi pada pencitraan dan pengakuan sosial. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai keaslian representasi kesalahan: apakah konten keagamaan di media sosial merefleksikan

ketulusan spiritual, atau justru menjadi sarana pencarian pengakuan sosial?

Sejumlah kajian menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam memperluas penyebaran konten keagamaan dan membentuk komunitas berbasis keyakinan (Campbell, 2020; Lengauer, 2018). Namun, penelitian lain menyoroti munculnya kesalahan yang bersifat performatif, sehingga memunculkan keraguan terhadap ketulusan motivasi religius di ruang publik digital (Husein, 2018). Meskipun demikian, sebagian besar studi masih berfokus pada perilaku pembuat konten, sementara perspektif audiens, khususnya mahasiswa, dalam menilai representasi kesalahan digital masih relatif terbatas.

Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian terkait bagaimana mahasiswa Muslim menafsirkan representasi agama di media sosial dan bagaimana hal itu mempengaruhi penilaian mereka terhadap kesalahan seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan kuantitatif dengan fokus pada dua isu utama: (1) bagaimana mahasiswa Islam menilai kesalahan melalui aktivitas keagamaan yang terekspos di media sosial, dan (2) bagaimana mereka memandang otentisitas representasi keagamaan dalam ruang digital. Penelitian ini menawarkan kebaruan konseptual melalui penggunaan kerangka kesalahan digital dalam memahami persepsi mahasiswa terhadap keberagaman dan religiusitas di era media sosial. Berdasarkan latar belakang dan *gap* analisis di atas, penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut: (1) bagaimana mahasiswa Islam menilai kesalahan seseorang berdasarkan unggahan keagamaan di media sosial? (2) bagaimana persepsi mahasiswa Islam terhadap representasi agama di media sosial? (3) sejauh mana korelasi antara frekuensi postingan bernuansa religius dengan persepsi kesalahan menurut mahasiswa Islam?

Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis cara mahasiswa Islam menilai kesalahan seseorang berdasarkan postingan media sosial, (2) mengetahui persepsi mahasiswa Islam terhadap representasi agama di media sosial, (3) mengukur korelasi antara frekuensi

postingan bernuansa religius dengan persepsi kesalehan menurut mahasiswa Islam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan konsep kesalehan digital dan memberikan implikasi praktis bagi pengembangan literasi digital keagamaan di kalangan mahasiswa Muslim.

Kesalehan Digital

Era digital membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam praktik dan ekspresi keagamaan. Media sosial sebagai produk utama revolusi digital kini menjadi ruang baru bagi umat beragama untuk mengekspresikan, menegosiasikan, dan merepresentasikan identitas religius. Dalam konteks masyarakat Muslim kontemporer, fenomena ini melahirkan konsep kesalehan digital (*digital piety*), yaitu praktik keberagamaan yang dimediasi dan diekspresikan melalui platform digital. Media sosial merupakan media daring yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten, seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Cahyono, 2016). Platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi interpersonal, tetapi juga menjadi arena penting dalam pembentukan dan penilaian identitas religius, khususnya di kalangan generasi muda Muslim.

Secara etimologis, kata saleh atau *shalih* dalam bahasa Arab berarti terhindar dari kerusakan atau keburukan. Dalam konteks keagamaan, kesalehan merujuk pada ketaatan dalam menjalankan ibadah dan kesungguhan dalam mengamalkan ajaran agama yang tercermin dalam sikap hidup seseorang. Kesalehan tidak hanya mencakup dimensi ritual yang bersifat vertikal antara manusia dengan Tuhan, tetapi juga dimensi horizontal yang berkaitan dengan perilaku, kepribadian, perkataan, sikap, serta pikiran dan perasaan yang membawa manfaat bagi lingkungan sosial. Dengan demikian, individu yang saleh adalah mereka yang perilaku dan kepribadiannya terhindar dari hal-hal yang merusak sekaligus mampu menjadi teladan bagi komunitasnya (Ihsani & Febriyanti, 2021).

Istilah "digital" merujuk pada teknologi yang menggunakan sistem komputasi dan jaringan internet untuk memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi. Dalam konteks media sosial, digital mengacu pada ekosistem komunikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi konten, dan berinteraksi secara daring melalui berbagai platform. Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2022). Karakteristik utama dari ruang digital adalah aksesibilitas global, kecepatan distribusi informasi, serta kemampuan untuk menciptakan dan memodifikasi konten secara interaktif. Ruang digital juga memiliki sifat permanen, di mana jejak digital (*digital footprint*) yang ditinggalkan pengguna dapat tersimpan dalam jangka waktu yang panjang dan sulit dihapus sepenuhnya.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, kesalehan digital dapat dipahami sebagai praktik ketaatan dan kesungguhan dalam menjalankan ajaran agama yang diekspresikan, dimediasi, dan dinilai melalui platform-platform digital dan media sosial. Kesalehan digital mencakup berbagai bentuk aktivitas keagamaan di ruang maya, seperti berbagi ayat suci, hadis, dan nasihat keagamaan, mengunggah dokumentasi ibadah, menyebarkan ceramah dan kajian keislaman, serta penggunaan simbol religius sebagai bagian dari konstruksi identitas diri (Syaiquddin & Muhiid, 2021). Kesalehan digital tidak sekadar mereplikasi praktik keagamaan konvensional ke dalam format digital, tetapi juga menghadirkan pola dan dinamika baru dalam beragama, di mana nilai-nilai keagamaan diproduksi, dikonsumsi, dan dinegosiasikan dalam ruang publik digital.

Meskipun demikian, kesalehan digital mengandung kompleksitas dan ambiguitas yang perlu dikaji secara kritis. Media sosial dapat membantu mahasiswa meningkatkan refleksi keagamaan, kepatuhan beragama, dan kesadaran spiritual. Namun pada saat yang sama juga berpotensi menimbulkan kebingungan dalam memahami konsep agama tertentu. Hal ini

memunculkan pertanyaan mengenai sejauh mana representasi kesalahan di media sosial mencerminkan kesalahan yang autentik, serta bagaimana individu menilai religiusitas orang lain berdasarkan tampilan di ruang digital. Dalam konteks ini, kesalahan digital berpotensi menjadi arena performativitas, di mana penampilan kesalahan (*pious appearance*) bisa jadi lebih diutamakan dibandingkan pendalaman spiritual. Oleh karena itu, etika komunikasi menjadi penting sebagai pengendali perilaku keberagamaan di ruang digital agar tetap selaras dengan norma sosial dan nilai keagamaan yang dapat diterima dalam kehidupan masyarakat (Ihsani & Febriyanti, 2021). Di sisi lain, kesalahan digital juga membuka peluang demokratisasi pengetahuan agama dan memperluas akses terhadap sumber-sumber keislaman yang sebelumnya terbatas pada kalangan tertentu saja.

Konten Keagamaan

Konten keagamaan merupakan segala bentuk pesan, informasi, dan simbol bernuansa religius yang disebarluaskan melalui berbagai media, baik dalam bentuk teks, gambar, *audio*, maupun video. Konten ini menjadi sarana penting dalam membangun kesadaran dan pemahaman keagamaan di tengah masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Konten keagamaan di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana dakwah, tetapi juga sebagai ruang refleksi spiritual yang mendorong terbentuknya kesalahan digital, terutama di kalangan mahasiswa. Penyebaran nilai-nilai keislaman melalui konten digital memungkinkan pesan keagamaan menjangkau audiens yang luas secara cepat dan lintas batas geografis (Barri et al., 2025).

Namun demikian, tidak semua konten keagamaan memiliki dasar keilmuan dan kredibilitas yang kuat sehingga berpotensi menghadirkan pemahaman agama yang parsial, provokatif, atau bahkan menyesatkan. Agusta (2024) menekankan pentingnya literasi digital keagamaan agar pengguna mampu memilah, memahami, dan mengkritisi pesan keagamaan yang beredar di media sosial. Tanpa kemampuan tersebut, konsumsi konten keagamaan berisiko

lebih menekankan aspek pencitraan religius dibandingkan pendalaman nilai dan makna spiritual.

Dalam konteks mahasiswa Islam, konten keagamaan digital turut membentuk cara pandang terhadap keberagamaan dan toleransi. Media sosial memungkinkan mahasiswa mengakses beragam perspektif keislaman yang mencerminkan perbedaan otoritas, interpretasi, dan praktik sosial. Interaksi dengan konten keagamaan ini tidak hanya memperluas wawasan keislaman, tetapi juga memengaruhi cara mahasiswa menilai kesalahan dan memaknai keberagamaan di era digital (Rahmah et al., 2024).

Dengan demikian, konten keagamaan berfungsi sebagai medium penting dalam memahami dinamika kesalahan digital. Ia menjadi ruang di mana nilai-nilai keislaman diproduksi, dinegosiasikan, dan dievaluasi secara terbuka, sehingga relevan untuk mengkaji bagaimana mahasiswa menilai dan merepresentasikan keberagamaan di ruang publik virtual.

Media Sosial

Media sosial merupakan platform komunikasi berbasis internet yang memungkinkan individu berinteraksi, berbagi informasi, serta membangun makna sosial melalui berbagai bentuk konten digital, seperti teks, gambar, dan video. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang produksi makna dan pembentukan identitas sosial yang bersifat dinamis. Cahyono (2016) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi secara aktif dalam menciptakan dan mendistribusikan konten, sehingga menjadikannya ruang sosial yang interaktif dan terbuka.

Dalam konteks keberagamaan, media sosial membawa perubahan signifikan terhadap cara masyarakat Muslim, khususnya mahasiswa Islam, mengakses dan memaknai nilai-nilai keagamaan. Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana dakwah, pembelajaran agama, serta pembentukan jejaring keagamaan digital. Penelitian Rahmawati et al. (2025) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat

memperluas wawasan keagamaan mahasiswa dan mendorong keterlibatan mereka dalam praktik religius di ruang digital. Namun, perkembangan ini juga menghadirkan tantangan, terutama terkait beragamnya kualitas dan kredibilitas konten keagamaan yang beredar, yang berpotensi memengaruhi pemahaman terhadap ajaran Islam. Dalam penelitian ini, media sosial dipahami sebagai ruang yang tidak hanya memfasilitasi penyebaran nilai-nilai keagamaan, tetapi juga menjadi arena sosial tempat kesalahan dinilai dan dimaknai. Oleh karena itu, media sosial berperan penting dalam membentuk konstruksi kesalahan digital, di mana praktik keagamaan dan nilai keberagaman dipresentasikan, diinterpretasikan, dan dievaluasi secara terbuka oleh penggunanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang disebarkan kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan pola penilaian kesalahan, serta analisis korelasi untuk menguji hubungan antar variabel. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan gambaran yang objektif dan dapat digeneralisasi tentang fenomena penilaian kesalahan digital di kalangan mahasiswa Muslim.

Variabel penelitian yang diteliti meliputi informasi responden berupa karakteristik demografis mahasiswa (jenis kelamin, usia, program studi, angkatan, dan media sosial apa yang paling sering digunakan untuk melihat konten keagamaan). Variabel independen berupa representasi keberagaman di media sosial dengan dimensi frekuensi posting konten religius, jenis konten religius, dan gaya penyajian religiusitas. Variabel dependen berupa penilaian kesalahan dengan dimensi persepsi tingkat kesalahan, kepercayaan terhadap representasi digital, dan skeptisme terhadap kesalahan digital. Desain penelitian ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis pola hubungan antara variabel-variabel tersebut secara statistik.

Analisis ini berdasarkan hipotesis penelitian, yaitu: H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan representasi kesalahan terhadap keberagaman di media sosial dan H_1 : Terdapat pengaruh signifikan representasi kesalahan terhadap keberagaman di media sosial.

Prosedur penelitian dimulai dengan merumuskan tujuan penelitian dan menyusun kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait persepsi kesalahan berdasarkan konten media sosial. Instrumen penelitian dikembangkan dalam bentuk kuesioner terstruktur. Selain informasi demografis, pertanyaan juga mencakup tentang penggunaan media sosial dan postingan responden tentang konten keagamaan. Contoh pertanyaan yang ada di dalam kuesioner adalah “Saya cenderung menilai seseorang saleh jika mereka sering membagikan konten keagamaan di media sosial” dengan skala Likert 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Kuesioner ini dirancang untuk mengukur variabel-variabel yang relevan, seperti nilai-nilai agama, interaksi di media sosial, dan penilaian kesalahan. Setelah kuesioner disusun, dilakukan uji coba untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen. Uji validitas empiris menggunakan Pearson Product Moment, di mana item dianggap valid jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05. Reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach’s Alpha, dengan standar minimal 0,60. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa seluruh item memiliki r_{hitung} di atas batas minimal dan nilai reliabilitas setiap variabel berada dalam kategori dapat diterima, sehingga instrumen layak untuk digunakan pada tahap pengumpulan data.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Muslim Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, angkatan tahun 2023 dan 2024 yang aktif menggunakan media sosial. Mengingat besarnya populasi dan keterbatasan waktu serta sumber daya, penelitian ini menggunakan teknik sampling non-probabilitas dengan metode purposive sampling. Kriteria inklusi sampel meliputi: (1) mahasiswa aktif program sarjana (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik angkatan tahun 2023-2024 yang beragama Islam, (2) memiliki dan aktif menggunakan minimal dua platform media sosial (Instagram, TikTok, Facebook, Twitter/X, YouTube, atau lainnya), (3) berusia rentangan antara < 20 tahun > (4) bersedia berpartisipasi dalam penelitian dengan mengisi kuesioner secara lengkap. Jumlah responden adalah 89 responden.

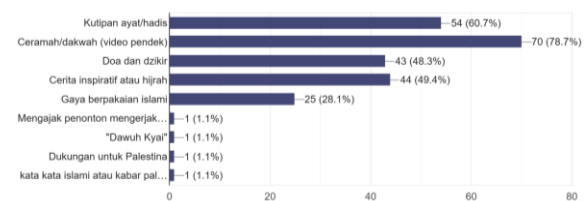
Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarluaskan secara *online* melalui platform *Google Forms*. Kuesioner disusun dalam bahasa Indonesia dengan kalimat yang sederhana dan mudah dipahami untuk menghindari bias interpretasi. Kuesioner terdiri dari beberapa bagian, termasuk demografi responden, pertanyaan tentang penggunaan media sosial, *checkbox* pemilihan konten keagamaan yang sering dilihat, dan skala likert untuk menilai persepsi kesalahan. Pengembangan instrumen dilakukan dengan merujuk pada literatur yang relevan untuk memastikan bahwa pertanyaan yang diajukan dapat mengukur variabel yang dimaksud dengan baik. Sebelum disebarluaskan, kuesioner diuji coba kepada sekelompok kecil mahasiswa untuk mendapatkan umpan balik dan melakukan perbaikan jika diperlukan. Penelitian ini juga menerapkan prinsip etika akademik seperti anonimitas, dimana data responden dienkripsi tanpa mencantumkan identitas pribadi, dan kerahasiaan, dimana data hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan *software Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* versi 20. Analisis deskriptif akan dilakukan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data. Selanjutnya uji korelasi atau *chi-square* digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara konten media sosial dan persepsi kesalahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 89 mahasiswa Muslim dengan distribusi data yang lengkap (100% valid, 0% missing data). Data yang diperoleh

menunjukkan variasi yang cukup beragam dalam pola penggunaan media sosial dan persepsi terhadap representasi keagamaan di platform digital. Hasil data yang diperoleh dari 89 responden mahasiswa mengenai kesalahan di era digital dengan sebagian besar responden 76,4% adalah perempuan dan 23,6% lainnya adalah laki-laki. Selain itu, responden didominasi oleh usia yang kurang dari 20 tahun dengan besar responden adalah 82 orang (92,1%). Dalam pemilihan media sosial, responden menunjukkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan adalah TikTok (51,7%) dan Instagram (39,3%), sementara YouTube dan Twitter/X memiliki persentase yang jauh lebih kecil. Hasil ini mengindikasikan bahwa platform seperti Instagram dan TikTok lebih dipilih dalam hal berbagi konten keagamaan. Hal ini disebabkan karena kemudahan dalam mengkonsumsi dan menyebarkan pesan melalui gambar atau video pendek. Banyak pengguna merasakan keseruan dalam menonton video pendek, dikarenakan video pendek mempunyai durasi video yang pendek serta sudah di edit sesuai dengan tren sekarang berbeda dengan video yang durasinya masih panjang. Ini berkaitan dari pilihan responden yang banyak memilih indikator keagamaan yang paling sering mereka lihat di media sosial adalah ceramah atau dakwah berupa video pendek, kemudian diikuti dengan kutipan ayat atau hadis.



Gambar 1. Jenis konten yang paling sering dilihat

Berdasarkan gambar 1, data survei menunjukkan mahasiswa mengonsumsi beragam jenis konten keagamaan di media sosial, dengan kecenderungan yang sangat jelas pada jenis-jenis konten tertentu. Gambar 1 menunjukkan bahwa format konten yang paling sering diakses responden adalah ceramah atau dakwah dalam bentuk video pendek, yang dipilih oleh 78,7% responden. Temuan ini sejalan dengan karakteristik media sosial berbasis visual seperti TikTok dan Instagram, yang menjadi platform

dominan dalam konsumsi konten keagamaan bagi sebagian besar mahasiswa. Video pendek menawarkan durasi yang singkat serta penyampaian pesan yang padat, sehingga sesuai dengan preferensi pengguna muda yang cenderung menginginkan konten yang cepat, langsung, dan mudah dipahami.

Jenis konten lain yang banyak diakses adalah kutipan ayat atau hadis, dipilih oleh 60,7% responden. Konten jenis ini biasanya diproduksi dalam bentuk poster digital atau teks singkat yang mudah dibagikan, sehingga memiliki daya sebar yang tersendiri dalam ekosistem media sosial. Selain itu, konten doa dan zikir (48,3%) serta cerita inspiratif atau kisah hijrah (49,4%) juga cukup populer. Konten inspiratif ini cenderung menampilkan pengalaman personal atau narasi motivasional yang berkaitan dengan perjalanan spiritual seseorang, sehingga memberikan dimensi reflektif bagi mahasiswa yang mengonsumsinya.

Sebaliknya, beberapa jenis konten keagamaan hanya muncul dalam jumlah yang sangat kecil. Konten seperti “dawuh kiai”, gaya berpakaian islami, dukungan untuk isu kemanusiaan tertentu, dan kategori lain yang jarang diidentifikasi hanya dipilih oleh 1,1% responden. Minimnya konsumsi pada kategori tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa lebih banyak berinteraksi dengan konten yang bersifat praktis, populer, dan memiliki format yang mudah diadaptasi dalam logika penggunaan media sosial arus utama.

Disini bisa terlihat pola konsumsi konten keagamaan mahasiswa memperlihatkan bahwa konten visual pendek dan kutipan teks religius merupakan dua bentuk representasi keagamaan yang paling dominan dalam ruang digital mereka. Tingginya paparan terhadap kedua jenis konten ini memberikan konteks penting bagi analisis berikutnya mengenai bagaimana mahasiswa membentuk persepsi terhadap kesalahan digital. Namun demikian, pada tahap ini narasi hanya bersifat deskriptif untuk menggambarkan kecenderungan konsumsi konten tanpa menyimpulkan adanya pengaruh terhadap penilaian kesalahan.

Hubungan antara Representasi Keagamaan di Media Sosial dengan Penilaian Kesalahan Mahasiswa Islam

Tabel 1. Hubungan Frekuensi Melihat Konten Keagamaan dan Penilaian Kesalahan

		Pertanyaan 5					Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	
Pertanyaan 1	Sangat Jarang	Count	3	2	0	0	7
		% Within Pertanyaan 1	42.9%	28.6%	28.6%	0.0%	0.0%
	Jarang	Count	6	6	5	1	19
		% Within Pertanyaan 1	31.6%	31.6%	26.3%	5.3%	5.3%
	Cukup Sering	Count	9	10	14	4	37
		% Within Pertanyaan 1	24.3%	27.0%	37.8%	10.8%	0.0%
	Sering	Count	3	4	7	1	15
		% Within Pertanyaan 1	20.0%	26.7%	45.7%	6.7%	0.0%
	Sangat Sering	Count	3	2	4	2	11
		% Within Pertanyaan 1	27.3%	18.2%	36.4%	18.2%	0.0%
Total	Count	24	24	32	8	89	
	% Within Pertanyaan 1	27.0%	27.0%	35.0%	9.0%	1.1%	100.0%

Tabel 2. Chi-Square Tests Hubungan Frekuensi Melihat Konten Keagamaan dan Penilaian Kesalahan

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.642	16	.928
Likelihood Ratio	84.431	16	.935
Linear-by-Linear Association	11.531	1	.216
N of Valid Cases	89		

Hasil analisis pada Tabel 1 dan 2 menunjukkan distribusi responden berdasarkan frekuensi melihat konten keagamaan di media sosial sebagai berikut: cukup sering (41,6%), jarang (21,3%), sering (16,9%), sangat sering (12,4%), dan sangat jarang (7,9%). Sementara itu, distribusi penilaian kesalahan menunjukkan mayoritas responden bersikap netral (36,0%), diikuti oleh yang tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing sebesar 27,0%.

Analisis crosstab mengungkapkan bahwa responden yang ‘cukup sering’ melihat konten keagamaan memiliki kecenderungan terbesar pada posisi netral (37,8%) dan tidak setuju

(27,0%). Responden yang ‘jarang’ melihat konten keagamaan menunjukkan sikap yang lebih skeptis dengan mayoritas menyatakan sangat tidak setuju (31,6%) dan tidak setuju (31,6%).

Temuan ini mengisyaratkan bahwa frekuensi terpapar konten religius tidak secara linier memengaruhi penilaian kesalahan. Kemudian, dominannya jawaban “Netral” (36% total responden) menggambarkan bahwa generasi muda cenderung kritis terhadap performativitas keagamaan di media sosial. Dan ketidaksignifikanan hasil mungkin disebabkan oleh variabel moderator seperti tingkat religiusitas individu atau jenis konten yang dikonsumsi. Nilai p-value sebesar 0,928 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara frekuensi melihat konten keagamaan di media sosial dengan kecenderungan menilai kesalahan seseorang berdasarkan postingan keagamaan mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa seberapa sering seseorang melihat konten keagamaan di media sosial tidak secara otomatis mempengaruhi cara mereka menilai kesalahan orang lain berdasarkan postingan keagamaan. Hal ini mengindikasikan bahwa penilaian kesalahan mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang ada di dunia nyata, bukan di media sosial.

Tabel 3. Hubungan Frekuensi Memposting Konten Keagamaan dan Pandangan terhadap Kesalahan

		Pertanyaan 5					
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Total	
Pertanyaan 2	Tidak Pernah	Count	5	5	10	2	22
		% Within Pertanyaan 1	22.7%	22.7%	45.5%	9.1%	100.0%
	Jarang	Count	5	9	15	10	39
		% Within Pertanyaan 1	12.9%	23.1%	38.5%	25.6%	100.0%
	Kadang-kadang	Count	4	6	13	2	25
		% Within Pertanyaan 1	16.0%	24.0%	52.0%	8.0%	100.0%
	Sering	Count	0	0	1	2	3
		% Within Pertanyaan 1	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	100.0%
Total	Count	14	20	39	16	89	
	% Within Pertanyaan 1	15.7%	22.5%	43.8%	18.0%	100.0%	

Tabel 4. Chi-Square Tests Hubungan Frekuensi Memosting Konten Keagamaan dan Padandang terhadap Kesalahan

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.382	9	.320
Likelihood Ratio	10.251	9	.311
Linear-by-Linear Association	1.277	1	.259
N of Valid Cases	89		

a. 9 cells (56.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 47.

Hasil analisis dari Tabel 3 dan 4 menggambarkan distribusi responden berdasarkan frekuensi memposting konten keagamaan menunjukkan: jarang (43,8%), kadang-kadang (28,1%), tidak pernah (24,7%), dan sering (3,4%). Untuk pengaruh unggahan terhadap pandangan kesalahan, mayoritas responden bersikap netral (43,8%), diikuti tidak setuju (22,5%), setuju (18,0%), dan sangat tidak setuju (15,7%).

Mayoritas responden (43.8% total) memilih 'Netral', menunjukkan ambivalensi dalam menilai pengaruh unggahan keagamaan ini menggambarkan bahwa generasi muda cenderung kritis terhadap konten religius di media sosial. Kemudian Responden yang 'Sering' memposting konten (kelompok minoritas) lebih mungkin setuju bahwa unggahan memengaruhi penilaian kesalahan, sedangkan pengguna pasif (Tidak Pernah) cenderung skeptis. Ini bisa saja mencerminkan adanya bias *self-selection*. Nilai p-value sebesar 0,320 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara frekuensi memposting konten keagamaan di media sosial dengan persepsi bahwa unggahan keagamaan memengaruhi pandangan terhadap kesalahan seseorang. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku posting konten keagamaan seseorang tidak secara langsung berkorelasi dengan pandangan mereka tentang bagaimana unggahan keagamaan memengaruhi penilaian kesalahan. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi perilaku dan persepsi tidak selalu sejalan dimana seseorang yang aktif memposting belum tentu menganggap unggahan keagamaan sebagai

indikator kesalahan, sikap netral yang dominan menunjukkan bahwa responden cenderung tidak memiliki pandangan yang kuat tentang pengaruh unggahan keagamaan terhadap penilaian kesalahan, dan kompleksitas penilaian kesalahan dimana faktor-faktor lain selain aktivitas posting mungkin lebih berpengaruh dalam membentuk persepsi kesalahan seperti perilaku di dunia nyata.

Temuan ini selaras dengan (Hilalludin, H. (2025)) yang menyatakan bahwa generasi muda muslim cenderung kritis terhadap representasi kesalahan di media sosial. Hasil yang tidak signifikan sejalan dengan hipotesis awal bahwa mahasiswa tidak menganggap media sosial sebagai parameter utama kesalahan. Hasil penelitian ini juga memiliki kesesuaian dengan studi (Campbell, 2017) tentang *digital religion* yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung bersikap selektif dalam menginterpretasi konten keagamaan *online*.

Data menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Islam memiliki sikap netral terhadap berbagai aspek representasi keagamaan di media sosial. Pola ini konsisten terlihat dalam berbagai dimensi penilaian, mulai dari persepsi kesalahan berdasarkan postingan hingga pengaruh unggahan keagamaan terhadap pandangan personal.

Temuan penelitian ini menunjukkan kompleksitas dalam hubungan antara representasi keagamaan di media sosial dengan penilaian kesalahan. Meskipun terdapat pengaruh antara representasi keagamaan di media sosial dengan penilaian kesalahan mahasiswa Islam, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis awal tentang adanya hubungan kuat antara aktivitas media sosial keagamaan dengan persepsi kesalahan perlu direvisi.

Sikap netral yang dominan dalam berbagai dimensi penilaian menunjukkan bahwa mahasiswa Islam cenderung tidak memiliki pandangan yang ekstrem terhadap representasi keagamaan di media sosial. Ini mencerminkan pemahaman yang lebih matang bahwa kesalahan

seseorang tidak dapat dinilai semata-mata dari aktivitas digital mereka.

Secara teoretis, studi ini memperkaya pemahaman mengenai kesalahan digital dalam konteks keislaman di Indonesia. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa interpretasi terhadap kesalahan di era digital tidak bersifat sederhana atau satu arah, melainkan terbentuk melalui proses negosiasi yang kompleks antara tampilan religius di media sosial dan pemahaman spiritual yang lebih mendalam. Dominannya sikap netral dari responden mencerminkan tingkat kematangan kognitif dalam menyikapi ekspresi religius digital. Mahasiswa Muslim memperlihatkan kemampuan untuk memilah antara ekspresi keagamaan yang bersifat performatif di ranah daring dan kesalahan yang berakar pada praktik kehidupan nyata yang otentik.

Kesalahan Digital dan Sikap Kritis Mahasiswa terhadap Representasi Keagamaan Online

Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Muslim tidak secara otomatis mengaitkan representasi keberagaman di media sosial dengan tingkat kesalahan seseorang. Pola respons yang didominasi kategori *netral* dan hasil uji statistik yang sebagian besar tidak signifikan ($p > 0,05$) menunjukkan bahwa paparan dan aktivitas keagamaan digital tidak menjadi dasar utama bagi mahasiswa dalam menilai kesalahan. Temuan ini sejalan dengan karakteristik kesalahan digital sebagaimana dipahami dalam literatur, yakni bahwa praktik keagamaan di media sosial lebih sering muncul sebagai bentuk performativitas identitas yang belum tentu diterjemahkan sebagai kesalahan autentik (Amir, 2020; Campbell, 2017).

Dalam kerangka *digital piety*, praktik religius di ruang digital tidak hanya sekadar ekspresi pribadi, tetapi merupakan bentuk praktik yang dibentuk dan dibentuk kembali oleh media digital, sehingga perilaku religius di media sosial merupakan ruang negosiasi antara identitas religius, teknologi, dan konteks sosialnya (Campbell (2017)). Kerangka ini menunjukkan bahwa representasi kesalahan di media sosial bersifat kontekstual dan tidak selalu merefleksikan kualitas spiritual secara langsung.

Sejalan dengan pemahaman tersebut, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menolak untuk mengambil representasi religius di media sosial sebagai indikator langsung dari kualitas kesalahan seseorang. Hal ini terlihat dari rendahnya tingkat persetujuan terhadap pernyataan bahwa aktivitas religius di media sosial mencerminkan kesalahan nyata, serta tingginya proporsi jawaban netral. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pengguna media sosial, terutama generasi muda, semakin mampu membedakan antara performativitas digital dan praktik religius yang bersifat substantif.

Sikap kritis responden terhadap ketulusan konten religius juga konsisten dengan diskusi teoretis mengenai *ambivalensi kesalahan digital*. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media sosial menghadirkan ruang ambivalen di mana konten keagamaan dapat dimaknai sebagai dakwah, motivasi, maupun ajang *riyā'* atau pencitraan religius (Husein, 2018). Sebagian besar responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka ragu atas ketulusan sebagian konten keagamaan, bahkan ketika konten tersebut dibagikan secara rutin. Sikap skeptis ini menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari adanya potensi performativitas dalam unggahan keagamaan dan tidak menganggapnya sebagai refleksi dari kesalahan batin.

Lebih lanjut, ketidaksignifikanan hubungan antara frekuensi memposting maupun melihat konten keagamaan dengan penilaian kesalahan mengindikasikan bahwa kesalahan digital belum memiliki otoritas simbolik yang kuat dalam membentuk persepsi mahasiswa. Hal ini sejalan dengan argumen bahwa dalam era digital, indikator kesalahan bergeser tetapi tidak pernah sepenuhnya dilepaskan dari konteks praktik offline yang mencakup ritualitas, etika keseharian, dan konsistensi moral tetap dipandang lebih penting daripada sekadar representasi visual (Vitullo & Campbell, 2016). Mahasiswa dalam penelitian ini tampaknya mempertahankan pola evaluasi kesalahan yang lebih holistik, sehingga representasi digital tidak langsung diterima sebagai bukti kesalahan.

Penting juga mencatat bahwa dominasi jawaban netral tidak sekadar menunjukkan ketidakpastian,

tetapi juga dapat menunjukkan sikap kehati-hatian epistemik. Generasi muda Muslim sering digambarkan sebagai kelompok yang lebih selektif dalam menerima otoritas keagamaan, terutama dalam konteks informasi digital yang hiperproduksi. Mereka tidak menolak kesalahan digital, namun juga tidak menerimanya secara penuh sebagai penentu kesalahan. Dengan demikian, posisi netral dapat mencerminkan pendekatan evaluatif yang lebih matang dalam menghadapi ambiguitas representasi religius di media sosial.

Temuan penelitian ini memperkuat gagasan bahwa kesalahan digital adalah praktik yang dinegosiasikan, bukan diterima secara apa adanya. Meskipun mahasiswa terpapar intens pada berbagai bentuk konten keagamaan, mereka tidak serta-merta menganggapnya relevan dalam menilai kesalahan orang lain. Kesalahan digital tetap berperan sebagai medium ekspresi identitas, tetapi bukan sebagai sumber legitimasi religius. Pemisahan ini menunjukkan bahwa generasi muda Muslim di lingkungan kampus memiliki kemampuan kritis yang tinggi dalam membaca ekspresi religius di ruang digital, sekaligus menegaskan bahwa kesalahan bagi mereka masih dipahami sebagai kualitas moral dan spiritual yang melekat pada tindakan nyata, bukan semata pada representasi yang dapat dikonstruksi secara visual.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa Islam di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menunjukkan sikap yang kritis dan reflektif dalam menilai kesalahan melalui media sosial. Meskipun mereka aktif mengakses konten keagamaan di platform seperti Instagram dan TikTok—terutama ceramah singkat serta kutipan ayat atau hadis—mayoritas responden tidak serta-merta mengaitkan aktivitas tersebut dengan tingkat kesalahan seseorang. Sikap netral dan skeptis yang dominan menunjukkan bahwa mereka tidak menilai kesalahan hanya dari frekuensi unggahan keagamaan, melainkan mempertimbangkannya dalam konteks kehidupan nyata dan praktik keagamaan yang lebih mendalam.

Secara konseptual, temuan ini memperkaya pemahaman tentang kesalehan digital dalam konteks Islam Indonesia, terutama dari sudut pandang generasi muda Muslim yang terbiasa hidup di tengah arus informasi digital. Mahasiswa menunjukkan kemampuan untuk memilah antara ekspresi religius yang autentik dan yang bersifat performatif. Implikasi praktis dari penelitian ini menekankan pentingnya literasi media keagamaan yang tidak hanya mendorong produksi konten, tetapi juga membangun kesadaran kritis dalam menginterpretasi dan mengevaluasi makna konten religius di ruang digital. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan sampel diperluas dan dimasukkan variabel lain seperti latar pendidikan agama atau intensitas ibadah untuk memperoleh pemahaman yang lebih utuh tentang kesalehan di era digital.

REFERENSI

- Agusta, E. S. (2024). Pemanfaatan Literasi Digital Keagamaan Dalam Menumbuhkan Sikap Moderasi Beragama Siswa. *Jurnal Lingkar Mutu Pendidikan*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.54124/jlmp.v21i1.125>
- Amir, A. M. (2019). The Identity of Piety in the Digital Age (Study of the Use of Religious Symbols in Social Media). *Islamic Studies Journal for Social Transformation*, 3(1), 37. <https://doi.org/10.28918/isjoust.v3i1.1947>
- 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'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 8(1), 129–138. <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsi.r.v8i1.332>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Campbell, H. (2017). Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds. *Routledge*.
- Campbell, H. A., & Vitullo, A. (2016). Assessing changes in the study of religious communities in digital religion studies. *Church, Communication and Culture*, 1(1), 73–89. <https://doi.org/10.1080/23753234.2016.1181301>
- Hilalludin, H. (2025). Anak Muda, Media Sosial, Dan Agama Yang Cair: Fenomenologi Hijrah Digital Di Indonesia. *AL-BAYAN: JURNAL HUKUM DAN EKONOMI ISLAM*, 5(1), 40–54.
- Husein, F., & Slama, M. (2018). Online piety and its discontent: revisiting Islamic anxieties on Indonesian social media. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 80–93. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415056>
- Ihsani, A. F. A., & Febriyanti, N. (2021). Etika komunikasi sebagai kontrol kesalehan virtual dalam perilaku bermedia masyarakat di era digital. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 2(1), 442713.
- Lengauer, D. (2018). Sharing semangat taqwa: social media and digital Islamic socialities in Bandung. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 5–23. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415276>
- Nasrullah, R. (2022). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Prenada Media.
- Rahmah, F. L., Handayani, R., Hutasuhut, E. F., & Romandiah, R. (2024). Navigasi Spiritual di Era Digital: Analisis Konten Cyberreligion dalam Media Sosial. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan*, 6(2), 177–192. <https://doi.org/10.24952/tadbir.v6i2.14300>
- Julia Rizqi Rahmawati, Dela Ayu Puspita, Muhammad Zikri Azis, & Abdul Fadhil. (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>
- Harry Saptarianto, Shelvi Deviani, Syamas Isti Anah, & Indah Noviyanti. (2024). Menghadapi Tantangan Era Digital, Strategi Integrasi Media Sosial, Literasi Digital dan Inovasi Bisnis. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 128–139. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.955>

Setiani, N., Pratiwi, R., & Nihayah, M. (2024). Pola penggunaan media sosial untuk pembelajaran mandiri mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, 4(11), 453–458.

Syahputra, M. C., & Rini, D. P. (2021). Internalisasi Paham Kesalahan Digital Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Era Cyberculture. *Oasis : Jurnal Ilmiah Kajian Islam*, 5(2), 33. <https://doi.org/10.24235/oasis.v5i2.7859>

Syaifuddin, S., & Muhid, A. (2021). Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 17. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i1.4835>