

PENGARUH KOMUNIKASI PEYIARAN ISLAM MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK SISWA REMAJA TENTANG NILAI NILAI KEAGAMAAN

Larasati Nur Kharomah, Rita Zahara, Salsabila Br. Lubis

laras@utnd.ac.id, ritazahara@utnd.ac.id, rponsel8529@gmail.com

Universitas Tjut Nyak Dhien

ARTICLE INFO

Keywords: Islamic broadcasting communication; Social media; Public opinion; Adolescent students; Religious values

Received : ...

Revised : ...

Accepted : ...

©2023 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ABSTRACT

This study explores the impact of Islamic broadcasting communication through social media on the formation of public opinion among adolescent students regarding religious values. Using a qualitative method and in-depth interviews, the research involved 20 high school students who actively use social media. Results indicate that religious content in visual formats, such as short videos, is easier to digest and relevant to students' lives. Most students reported an increased understanding and tolerance towards religious differences due to information received via platforms like Instagram and TikTok. However, challenges related to extremist content were also identified, highlighting the importance of digital literacy. The study concludes that social media can be an effective tool for shaping positive student perspectives on religious values, provided it is accompanied by appropriate guidance.

INTRODUCTION

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, khususnya di kalangan remaja. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi yang mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk informasi keagamaan (*Alyusi, 2016; Wibowo, 2019*). Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara individu memperoleh, memahami, dan menafsirkan informasi keagamaan.

Dalam konteks penyebaran ajaran Islam, media sosial memiliki peran strategis dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lahir dan tumbuh di era digital (*Mokhtar et al., 2021*). Akses yang mudah dan cepat terhadap konten Islami melalui platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok membuat remaja semakin terekspos pada berbagai pandangan tentang nilai-nilai keagamaan yang disampaikan dari beragam sudut pandang (*Rasdin et al., 2021*).

Komunikasi memiliki peran penting dalam proses penyampaian pesan keagamaan tersebut. Komunikasi tidak hanya dimaknai sebagai proses pertukaran informasi, tetapi juga sebagai proses penciptaan makna yang dapat memengaruhi cara pandang dan sikap individu (*Heath et al., 2005*). Dalam konteks ini, komunikasi penyiaran Islam melalui media sosial berperan dalam membentuk opini publik, khususnya di kalangan siswa remaja.

Opini publik merupakan bentuk partisipasi masyarakat dalam menyampaikan pandangan terhadap isu-isu tertentu yang berkembang di ruang publik (*Heath et al., 2005*). Perkembangan teknologi komunikasi memungkinkan opini publik terbentuk dengan cepat melalui media sosial, sehingga informasi atau pandangan yang disebarluaskan dapat dengan mudah diterima dan memengaruhi sikap remaja (*Alyusi, 2016*).

Pembentukan opini publik mengenai nilai-nilai keagamaan di kalangan remaja menjadi penting karena dapat memengaruhi pemahaman mereka tentang toleransi, baik antar sesama pemeluk agama maupun antaragama yang berbeda (*Digdoyo, 2018*). Opini yang terbentuk dari informasi keagamaan di media sosial dapat memengaruhi cara pandang siswa terhadap kehidupan beragama dan berdampak pada interaksi sosial mereka di lingkungan sekolah.

Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi dan membangun hubungan sosial. Media sosial menjadi salah satu sarana utama komunikasi di era digital yang juga berfungsi sebagai media penyampaian nilai-nilai keagamaan (*Wibowo, 2019*). Namun demikian, tidak semua konten keagamaan di media sosial memiliki validitas dan otoritas yang dapat dipertanggungjawabkan.

Remaja yang berada dalam fase pencarian jati diri sangat rentan terhadap pengaruh informasi yang mereka konsumsi (*Ilahin, 2022*). Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana komunikasi penyiaran Islam melalui media sosial memengaruhi pembentukan opini publik siswa SMA terkait nilai-nilai keagamaan. Penelitian ini

bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi penyiaran Islam melalui media sosial terhadap pembentukan opini publik siswa remaja mengenai nilai-nilai keagamaan.

LITERATURE REVIEW

1. Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Keagamaan

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan terjadinya interaksi, pertukaran informasi, dan pembentukan identitas sosial secara luas. Dalam konteks komunikasi, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran pesan, tetapi juga sebagai ruang pembentukan makna dan opini publik (Alyusi, 2016). Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam penyampaian pesan-pesan keagamaan.

Dalam penyiaran Islam, media sosial berperan sebagai media dakwah modern yang mampu menjangkau audiens lintas usia dan wilayah secara cepat dan efisien (Wibowo, 2019). Media sosial memungkinkan pesan-pesan keagamaan disampaikan dengan berbagai format kreatif seperti teks, gambar, dan video, sehingga lebih mudah diterima oleh generasi muda. Penyiaran Islam melalui media sosial juga dinilai mampu menyesuaikan pesan dakwah dengan karakteristik audiens digital yang cenderung menyukai konten singkat dan visual (Mokhtar et al., 2021).

2. Komunikasi Penyiaran Islam di Era Digital

Komunikasi penyiaran Islam merupakan proses penyampaian ajaran dan nilai-nilai Islam melalui media massa dengan tujuan memberikan pemahaman, membentuk sikap, dan memengaruhi perilaku masyarakat. Dalam era digital, komunikasi penyiaran Islam mengalami transformasi signifikan seiring dengan hadirnya media sosial sebagai medium utama penyebaran pesan keagamaan (Wibowo, 2019).

Prinsip komunikasi Islam menekankan pada nilai kebenaran, etika, dan tanggung jawab moral dalam menyampaikan pesan (Mokhtar et al., 2021). Namun, di media sosial, pesan keagamaan sering kali disampaikan oleh berbagai pihak dengan latar belakang dan otoritas yang berbeda, sehingga berpotensi menimbulkan perbedaan pemahaman di kalangan audiens, khususnya remaja yang masih berada dalam tahap pencarian identitas keagamaan (Ilahin, 2022).

3. Opini Publik dan Peran Media Sosial

Opini publik merupakan pandangan atau sikap kolektif masyarakat terhadap isu-isu tertentu yang berkembang di ruang publik. Pembentukan opini publik sangat dipengaruhi oleh arus informasi yang diterima masyarakat melalui media (*Heath et al., 2005*). Dalam konteks media sosial, opini publik dapat terbentuk secara cepat karena sifatnya yang interaktif dan partisipatif.

Media sosial memungkinkan individu tidak hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai produsen informasi yang dapat memengaruhi pandangan orang lain (*Alyusi, 2016*). Di kalangan remaja, opini publik yang terbentuk melalui media sosial memiliki pengaruh kuat terhadap sikap dan perilaku, termasuk dalam memahami nilai-nilai keagamaan dan sosial (*Digdoyo, 2018*).

4. Remaja dan Konsumsi Konten Keagamaan di Media Sosial

Remaja merupakan kelompok usia yang paling aktif menggunakan media sosial dan paling rentan terhadap pengaruh informasi digital. Paparan konten keagamaan di media sosial dapat membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku keagamaan remaja (*Hasan et al., 2022*). Penelitian menunjukkan bahwa remaja cenderung lebih tertarik pada konten keagamaan yang dikemas secara visual, singkat, dan menggunakan bahasa yang santai (*Khalaif & Salha, 2021*).

Platform seperti TikTok dan Instagram menjadi media populer dalam penyampaian konten keagamaan karena format video pendeknya yang mudah diakses dan dipahami (*Rasdin et al., 2021; López-Carril et al., 2024*). Konten keagamaan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari remaja dinilai lebih efektif dalam menanamkan nilai-nilai moral dan spiritual (*Ilahin, 2022*).

5. Media Sosial, Nilai Keagamaan, dan Toleransi

Media sosial memiliki potensi besar dalam membentuk sikap toleransi antarumat beragama melalui penyebaran konten keagamaan yang bersifat inklusif dan dialogis. Paparan informasi yang menekankan nilai kebersamaan, saling menghormati, dan perdamaian dapat meningkatkan pemahaman remaja terhadap pluralitas agama (*Digdoyo, 2018*).

Namun demikian, media sosial juga menghadirkan tantangan berupa penyebaran konten keagamaan yang bersifat ekstrem dan provokatif. Konten semacam ini berpotensi menimbulkan misinterpretasi ajaran agama dan sikap intoleran jika tidak disertai dengan literasi digital yang memadai (*Suciati, 2019*). Oleh karena itu, peran pendidik, orang tua, dan tokoh agama menjadi

penting dalam memberikan pendampingan kepada remaja dalam mengonsumsi konten keagamaan di media sosial.

METHODOLOGY

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan wawancara sebagai teknik utama pengumpulan data. Metode kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pandangan, pengalaman, dan persepsi siswa terhadap konten keagamaan di media sosial (*Sugiyono, 2018*). Penelitian ini melibatkan 20 siswa SMA yang aktif menggunakan media sosial dan sering terpapar konten penyiaran Islam melalui platform digital. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan kriteria usia 15–18 tahun, intensitas penggunaan media sosial, serta ketertarikan terhadap konten keagamaan (*Sugiyono, 2018*).

Wawancara dilakukan secara langsung dan daring sesuai dengan kondisi responden. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi partisipatif terhadap aktivitas siswa di media sosial yang berkaitan dengan konsumsi konten keagamaan guna memperkaya data penelitian.

RESULT AND DISCUSSION

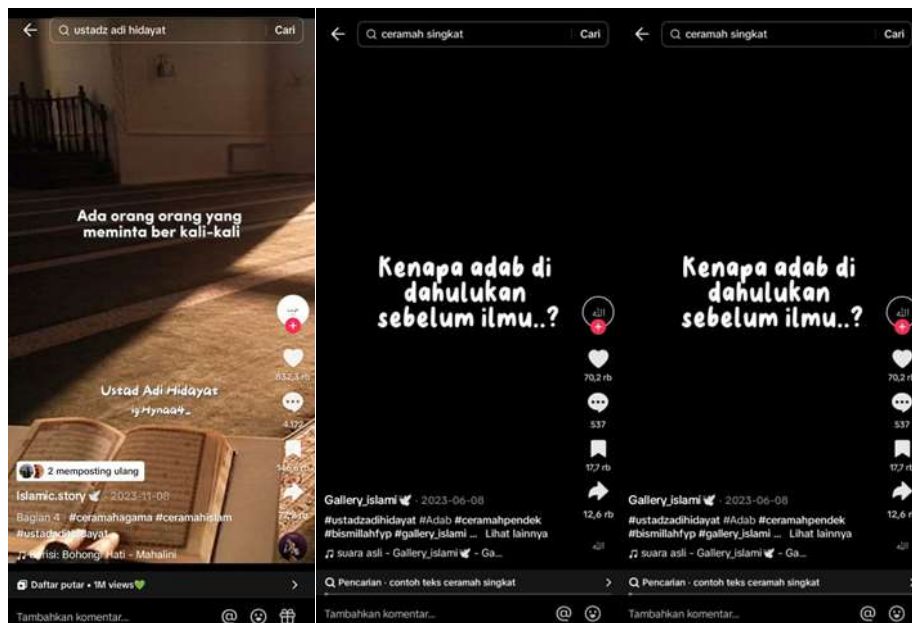
Peran Media Sosial dalam Penyebaran Nilai Keagamaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas siswa lebih sering mengonsumsi konten keagamaan yang dikemas dalam bentuk visual atau video pendek. Konten seperti ceramah singkat, kutipan kitab suci, dan diskusi moral dinilai lebih mudah dipahami karena bersifat singkat dan menarik (*Khalaif & Salha, 2021*). Platform media sosial seperti TikTok dan Instagram Reels memainkan peran penting dalam memudahkan siswa mengakses ajaran agama secara cepat dan praktis (*López-Carril et al., 2024*). Media sosial berfungsi sebagai jembatan antara ajaran agama dan kehidupan remaja, sehingga pesan keagamaan menjadi lebih relevan dengan realitas sosial mereka (*Rasdin et al., 2021*).

Preferensi Siswa terhadap Konten Keagamaan

Penelitian ini menemukan bahwa siswa lebih menyukai konten keagamaan yang disampaikan oleh influencer atau pendakwah dengan gaya bahasa santai dan mudah dipahami. Gaya komunikasi yang relatable membuat pesan keagamaan lebih mudah diterima dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari (*Hasan et al., 2022*).

Konten ceramah singkat yang menggunakan analogi kehidupan sehari-hari dinilai lebih efektif dalam menyampaikan nilai-nilai keagamaan dibandingkan ceramah panjang yang bersifat formal (*Ilahin, 2022*).



Gambar 1.1 Postingan TikTok Berisi Ceramah Singkat

Dengan demikian, pesan keagamaan yang disampaikan terasa lebih nyata dan bisa dihubungkan dengan situasi yang mereka alami, baik di lingkungan sekolah maupun dalam kehidupan sosial mereka.

Relevansi Konten Keagamaan dengan Kehidupan Siswa

Konten keagamaan di media sosial dinilai relevan dengan tantangan sosial yang dihadapi siswa, seperti permasalahan pergaulan, kejujuran, dan toleransi. Nilai-nilai keagamaan yang disampaikan melalui media sosial membantu siswa memahami pentingnya hidup berdampingan secara harmonis (*Digdoyo, 2018*).

Media sosial berperan sebagai media edukatif yang tidak hanya memperkuat pemahaman agama, tetapi juga menanamkan nilai-nilai sosial yang positif (*Wibowo, 2019*).

Pengaruh Media Sosial terhadap Toleransi Antarumat Beragama

Paparan konten keagamaan yang bersifat dialogis mendorong siswa untuk memiliki pandangan yang lebih terbuka terhadap perbedaan agama. Media sosial berperan dalam membentuk sikap toleransi dan saling menghormati di lingkungan sekolah (*Digdoyo, 2018; Heath et al., 2005*).

Tantangan Konsumsi Konten Keagamaan

Meskipun memberikan banyak manfaat, media sosial juga menghadirkan tantangan berupa konten keagamaan yang bersifat ekstrem dan provokatif. Konten semacam ini berpotensi menimbulkan kebingungan dan pemahaman agama yang keliru di kalangan siswa (*Suciati, 2019*). Oleh karena itu, diperlukan literasi digital agar siswa mampu memilah informasi yang valid dan bertanggung jawab (*Sugiyono, 2018*).

Manfaat Penyiaran Islam Melalui Media Sosial

Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan bahwa penyiaran Islam melalui media sosial membawa banyak manfaat bagi siswa SMA dalam memahami nilai-nilai keagamaan. Pertama, media sosial memberikan akses yang lebih cepat dan mudah terhadap informasi keagamaan. Siswa dapat memilih konten yang sesuai dengan minat mereka dan mengonsumsinya kapan saja dan di mana saja. Kedua, media sosial juga memungkinkan interaksi dengan komunitas yang lebih luas.

Melalui platform ini, siswa dapat terlibat dalam diskusi, berbagi pengalaman spiritual, dan mendapatkan perspektif baru tentang ajaran agama. Namun, meskipun media sosial memberikan banyak manfaat, penelitian ini juga menekankan pentingnya mengembangkan keterampilan literasi digital di kalangan siswa. Siswa harus didorong untuk lebih selektif dalam memilih konten yang mereka konsumsi, dan memahami bagaimana membedakan antara informasi yang valid dan konten yang bersifat provokatif atau ekstrem. Panduan yang jelas mengenai cara mengenali konten yang bermanfaat serta cara menghindari konten yang berpotensi merusak menjadi sangat penting dalam konteks ini.

CONCLUSION AND RECOMMENDATION

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi penyiaran Islam melalui media sosial memainkan peran penting dalam membentuk opini publik siswa SMA tentang nilai-nilai keagamaan. Media sosial memberikan akses yang luas dan cepat terhadap informasi keagamaan, yang membantu siswa memahami ajaran agama secara lebih mendalam dan relevan dengan kehidupan mereka.

Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif melalui media sosial dapat mendorong peningkatan toleransi antarumat beragama dan membantu siswa mengembangkan pandangan yang lebih inklusif. Namun, penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya pengawasan dan panduan dalam penggunaan media sosial untuk mengonsumsi konten keagamaan.

Meskipun media sosial dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam membentuk opini publik yang positif, ada risiko terjadinya misinformasi atau eksposur terhadap konten yang bersifat ekstrem. Oleh karena itu, penting bagi guru, orang tua, dan tokoh agama untuk memberikan arahan yang tepat kepada siswa dalam memilih dan mengonsumsi konten keagamaan di media sosial.

Dengan demikian, komunikasi penyiaran Islam melalui media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam membentuk opini publik siswa tentang nilai-nilai keagamaan, selama ada kontrol dan panduan yang tepat dalam penggunaannya.

REFERENCES

Alyusi, Shiefti Dyah. *Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana, 2016.

Cahyono, Anang Sugeng. "Analisa Hubungan Kebersihan Cargo Bilges Dengan Cargo Hold Dalam Mendukung Kelancaran Proses Bongkar Muat." *E-*

- Journal Marine Inside* 1, no. 2 (2022): 1–32.
<https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>.
- Eko Digdoyo. “Kajian Isu Toleransi Beragama, Budaya, Dan Tanggung Jawab Sosial Media.” *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan* 3, no. 1 (2018): 42–59.
<https://doi.org/10.24269/jpk.v3.n1.2018.pp42-59>.
- Hasan, Yummil, Cici Pramida, U Usman, and H Hermawati. “Pengaruh Instagram (Jejaring Sosial) Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.” *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 13 (2022): 213–89.
- Heath, Anthony, Stephen Fisher, and Shawna Smith. “THE GLOBALIZATION OF PUBLIC OPINION RESEARCH.” *Annual Review of Political Science* 8 (2005).
- Ilahin, Nur. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok Terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah.” *Ibtida’* 3, no. 1 (2022): 112–19.
<https://doi.org/10.37850/ibtida.v3i1.300>.
- Khalaif, Zuheir N, and Soheil Salha. “Using TikTok in Education: A Form of Micro-Learning or Nano-Learning?” *Interdiscip J Virtual Learn Med Sci* 12, no. 3 (2021): 213–18. <https://doi.org/10.30476/it>.
- López-Carril, Samuel, María Huertas González-Serrano, Tiago Ribeiro, and Pablo Jiménez-Jiménez. “TikTok for Learning through Movement, Dramatization, and Music: Insights for Higher Education Applications in Sport Sciences.” *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education* 35, no. May (2024): 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2024.100501>.
- Mokhtar, Saifulazry, Mohd Nur Hidayat Hasbollah Hajimin, Abang Mohd Razif Abang Muis, Irma Wani Othman, Mohd Sohaimi Esa, Romzi Ationg, and Siti Aida Lukin @ Lokin. “An Analysis of Islamic Communication Principles in the Al-Quran.” *International Journal of Law, Government and Communication* 6, no. 23 (2021): 140–56.
<https://doi.org/10.35631/ijlgc.6230010>.

- Rasdin, Rafika, Yeti Mulyati, and Khaerudin Kurniawan. "Fenomena Tik Tok Sebagai Media Komunikasi Edukasi." *Seminar Internasional Riksa Bahasa 3* (2021): 227–35.
<http://proceedings.upi.edu/index.php/riksabahasa/article/view/1681>.
- Suciati, Titis Nurwulan. "Sinisme Privasi, Diskriminasi Dan Komoditas Data: Paradoks Media Sosial Di Era Kapitalisme Pengawasan." *Journal Acta Diurna* 15, no. 2 (2019): 145.
<https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2138>.
- Sugiyono, Dr. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. I. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Tanjung, Lidra Agustina, Mardianto Mardianto, and Siti Halimah. "Development of Islamic Religious Education (PAI) Learning Media Based on TikTok to Improve Students' Critical Thinking Skills." *EDUTECH: Journal of Education And Technology* 7, no. 2 (2023): 625–33.
<https://doi.org/10.29062/edu.v7i2.693>.
- Wibowo, Adi. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 03, no. 02 (2019): 339–56. <https://jurnalnu.com/index.php/as/article/view/141>.