

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN SISWA KELAS XII SMAN 1 KEDIRI PADA ERA DIGITAL

Diki Endrawan¹, Akhmad Syahri², Siti Husna AINU Syukri³
^{1,2,3} Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Mataram

220101184.mhs@uinmataram.ac.id, akhmadsyahri@uinmataram.ac.id,
sitihusnaainusyukri@uinmataram.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of social media usage intensity on the religious behavior of 12th-grade students at SMAN 1 Kediri in the digital era. This study used a quantitative approach with a correlational approach. The study population was 142 12th-grade students of SMAN 1 Kediri in the 2025/2026 academic year. The sample was determined using the Slovin formula, resulting in 105 respondents. Data collection used a questionnaire. Data analysis was conducted through validity tests, reliability tests, normality tests, linearity tests, and simple linear regression tests using statistical software. The results showed that social media usage intensity had a moderate influence on students' religious behavior of 69.52%. This was demonstrated through a simple linear regression analysis, which yielded the equation $Y = 59.236 + 0.295X$ with an F-value of 4.743 and a significance level of $p = 0.032 < 0.05$, indicating a significant influence between social media usage intensity and religious behavior of 12th-grade students at SMAN 1 Kediri.

Keywords: Intensity of Social Media Use, Religious Behavior, Digital Era, High School Students, Islamic Religious Education

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa kelas XII SMAN 1 Kediri pada era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Populasi penelitian berjumlah 142 siswa kelas XII SMAN 1 Kediri tahun ajar 2025/2026. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh sebanyak 105 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, serta uji regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh sebesar 69,52% pada kategori sedang terhadap perilaku keagamaan siswa. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi linier sederhana yang menghasilkan persamaan $Y = 59,236 + 0,295X$ dengan nilai F hitung = 4,743 dan tingkat signifikansi $p = 0,032 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa kelas XII SMAN 1 Kediri.

Kata Kunci: Intensitas Penggunaan Media Sosial, Perilaku Keagamaan, Era Digital, Siswa SMA, Pendidikan Agama Islam

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi pada era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam dunia pendidikan dan kehidupan keagamaan remaja. Kehadiran media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan berbagai platform digital lainnya tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi, sumber informasi, serta ruang pembentukan identitas diri. Remaja sebagai pengguna aktif media sosial cenderung menghabiskan waktu yang cukup lama dalam mengakses berbagai konten digital setiap harinya. Kondisi tersebut menjadikan media

sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pola pikir, sikap, dan perilaku remaja, termasuk perilaku keagamaan mereka.

Fenomena penggunaan media sosial di kalangan remaja menunjukkan adanya perubahan pola dalam memperoleh pemahaman keagamaan. Jika sebelumnya pengetahuan agama lebih banyak diperoleh melalui lingkungan keluarga, sekolah, masjid, atau

majelis taklim, saat ini remaja dapat dengan mudah mengakses ceramah, kajian Islam, maupun konten dakwah melalui media sosial. Kondisi ini memberikan peluang positif dalam memperluas penyebaran nilai-nilai agama secara cepat dan mudah. Akan tetapi, di sisi lain, media sosial juga menghadirkan berbagai konten yang tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai agama sehingga berpotensi mempengaruhi perilaku keagamaan siswa secara negatif.

Perilaku keagamaan merupakan bentuk pengamalan nilai-nilai agama yang tercermin melalui sikap, ucapan, dan tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Glock dan Stark menjelaskan bahwa perilaku keagamaan meliputi beberapa dimensi, yaitu dimensi keyakinan, praktik ibadah, penghayatan, pengetahuan agama, dan pengamalan nilai-nilai agama. Dengan demikian, perilaku keagamaan tidak hanya terlihat melalui pelaksanaan ibadah, tetapi juga melalui sikap sosial, moral, serta cara individu memaknai ajaran agama dalam kehidupannya.

Tingginya intensitas penggunaan media sosial pada

remaja dapat mempengaruhi perilaku keagamaan mereka. Remaja yang berada pada fase perkembangan psikologis cenderung mudah menerima pengaruh dari lingkungan digital. Media sosial memungkinkan siswa terpapar berbagai informasi dan konten secara terus-menerus yang dapat membentuk kebiasaan, pola pikir, serta perilaku tertentu. Intensitas penggunaan media sosial yang berlebihan berpotensi menyebabkan siswa menunda pelaksanaan ibadah, kurang fokus dalam pembelajaran, serta menurunnya kepedulian sosial. Sebaliknya, media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah dan penguatan nilai-nilai religius apabila digunakan secara bijak.

Berdasarkan hasil observasi awal di SMAN 1 Kediri, ditemukan bahwa sebagian siswa memiliki intensitas penggunaan media sosial yang cukup tinggi, terutama pada platform Instagram, TikTok, dan YouTube. Penggunaan media sosial yang berlebihan terlihat dari kebiasaan siswa yang menghabiskan waktu cukup lama untuk mengakses media sosial, baik pada waktu istirahat maupun setelah pulang sekolah. Kondisi tersebut menunjukkan adanya

kemungkinan pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa di era digital.

Penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa telah banyak dilakukan, namun sebagian besar penelitian lebih berfokus pada aspek perilaku sosial dan praktik ibadah. Penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa pada dimensi keyakinan masih relatif terbatas, khususnya pada sekolah yang menerapkan pembatasan penggunaan handphone di lingkungan sekolah. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa kelas XII SMAN 1 Kediri pada era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui intensitas penggunaan media sosial siswa kelas XII SMAN 1 Kediri serta menganalisis pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam

pengembangan kajian Pendidikan Agama Islam, khususnya yang berkaitan dengan perilaku keagamaan remaja di era digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pendidik dan pihak sekolah dalam menyusun strategi pembinaan karakter religius siswa melalui pemanfaatan media sosial secara positif dan edukatif.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa. Populasi penelitian berjumlah 142 siswa kelas XII SMAN 1 Kediri tahun ajaran 2025/2026, dengan sampel sebanyak 105 siswa yang ditentukan menggunakan rumus Slovin.

Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2026 di SMAN 1 Kediri, Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat. Variabel penelitian terdiri dari intensitas penggunaan media sosial sebagai variabel bebas (X) dan perilaku keagamaan siswa sebagai variabel terikat (Y).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui angket, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan empat pilihan jawaban. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, dan uji regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak statistik untuk mengetahui pengaruh antara kedua variabel penelitian.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini disajikan hasil penelitian mengenai pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa kelas XII SMAN 1 Kediri pada era digital. Hasil penelitian diawali dengan pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui kelayakan instrumen yang digunakan.

Selanjutnya dilakukan uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas dan uji linieritas sebelum pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana. Setelah itu, hasil penelitian dibahas dan dianalisis berdasarkan teori serta

penelitian terdahulu yang relevan sehingga dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan instrumen penelitian sebelum digunakan dalam pengambilan data. Pengujian dilakukan menggunakan item-rest correlation dengan bantuan perangkat lunak statistik. Suatu butir dinyatakan valid apabila memiliki nilai korelasi $\geq 0,30$.

Tabel 1

Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel X

Indikator	No. Butir	Item-rest Correlation	Kriteria	keterangan
Alokasi waktu mengakses media sosial	P1	0.461	0.30	Valid
	P2	0.412	0.30	Valid
	P3	0.452	0.30	Valid
	P4	0.372	0.30	Valid
	P6	0.465	0.30	Valid
	P7	0.484	0.30	Valid
	P8	0.627	0.30	Valid
Kegunaan media sosial	P9	0.539	0.30	Valid
	P10	0.481	0.30	Valid
	P11	0.568	0.30	Valid
	P12	0.579	0.30	Valid
	P13	0.534	0.30	Valid
Dampak positif dan negatif	P14	0.564	0.30	Valid
	P15	0.446	0.30	Valid
	P16	0.371	0.30	Valid
	P17	0.318	0.30	Valid

Tabel 2

Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Y

Indikator	No. Butir	Item-rest Correlation	Kriteria	keterangan
Iman kepada Allah, Iman kepada malaikat Allah, Iman kepada kitab-kitab Allah, Iman kepada Rasul Allah, Iman kepada hari akhir, Iman kepada Qada dan Qadar.	P1	0.426	0.30	Valid
	P2	0.426	0.30	Valid
	P4	0.453	0.30	Valid
	P6	0.307	0.30	Valid
	P7	0.631	0.30	Valid
Pengalaman ibadah mahdah dan ghairu mahdah sehari-hari, seperti: Solat, baca Al-Qur'an, dzikir.	P8	0.412	0.30	Valid
	P9	0.428	0.30	Valid
	P10	0.612	0.30	Valid
	P11	0.436	0.30	Valid
	P12	0.783	0.30	Valid
Perasaan dekat dengan Allah, perasaan bergetar ketika menyebut nama Allah, dan perasaan bersyukur kepada Allah.	P13	0.570	0.30	Valid
	P14	0.559	0.30	Valid
	P15	0.508	0.30	Valid
	P16	0.465	0.30	Valid
Pengetahuan tentang isi Al-Qur'an, pengetahuan tentang hukum-hukum dalam islam, dan pokok-pokok ajaran islam yang harus diimani dan dilaksanakan.	P17	0.541	0.30	Valid
	P18	0.618	0.30	Valid
	P19	0.540	0.30	Valid
	P20	0.579	0.30	Valid
Suka menolong, suka bersedekah, dan suka memaafkan.	P21	0.418	0.30	Valid

Dapat disimpulkan pada tabel hasil variabel X dan Y terdapat 35 butir pernyataan yang valid karena telah memenuhi kriteria. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang

digunakan sudah mampu mengukur variabel intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa. Dengan demikian, kondisi tersebut dapat diartikan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner telah sesuai dengan indikator penelitian dan dapat dipahami dengan baik oleh responden sehingga mampu menggambarkan kondisi yang sebenarnya di lapangan.

2.Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas dan membatalkan butir-butir yang tidak valid, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi instrumen sebagai alat ukur. Pengujian ini menggunakan teknik Cronbach's Alpha (α) dengan bantuan perangkat lunak statistik. Menurut Guilford dan Spearman Brown instrumen, menyatakan reliabel apabila memiliki nilai koefisien Cronbach's Alpha $> 0,60$. Adapun hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

			95% CI	
Coefficient	Estimate	Std.error	Lower	Upper
Coefficient <i>a</i>	0.811	0.051	0.711	0.910

Hasil uji reliabilitas instrumen diperoleh nilai coefficient alpha sebesar 0,811. Dalam standar evaluasi psikometrik, nilai ini dikategorikan sebagai tingkat reliabilitas yang baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen atau kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi internal yang kuat, di mana butir-butir pernyataan di dalamnya mampu mengukur konsep atau variabel penelitian secara stabil dan dapat diandalkan oleh responden. Selain itu, hasil analisis menunjukkan tingkat stabilitas data yang baik dengan nilai Standard Error sebesar 0,051 dan rentang interval kepercayaan 95% yang berada pada angka 0,711 hingga 0,910. Hal ini membuktikan bahwa butir-butir pernyataan dalam instrumen ini telah konsisten untuk digunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian mengenai pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa.

3.Intensitas Penggunaan Media Sosial

Sebelum melakukan pengelompokan data ke dalam beberapa kategori, peneliti terlebih

dahulu melakukan analisis statistik deskriptif untuk mengetahui gambaran umum data mentah Variabel X (Intensitas Penggunaan Media Sosial). Berdasarkan hasil olah data terhadap 105 responden, diperoleh ringkasan data berupa nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4
Hasil Analisis Statistik Deskriptif
Variabel X

Statistik	Nilai Variabel X (Intensitas Penggunaan Media Sosial)
Jumlah Responden (N)	105
Minimum	40.000
Maximum	68.000
Mean	48.790
Std. Deviation	4.765

Berdasarkan tabel 4 di atas, terlihat bahwa nilai rata-rata (*mean*) sebesar 48.790 dengan standar deviasi sebesar 4.765. nilai-nilai inilah yang selanjutnya digunakan sebagai acuan pembatasan dalam menentukan kategori intensitas penggunaan media sosial menjadi kategori tinggi, sedang, dan rendah.

Setelah karakteristik data mentah dijabarkan melalui analisis statistik deskriptif di atas, langkah selanjutnya adalah melakukan standardisasi skor untuk mengetahui pengelompokkan

tingkat intensitas penggunaan media sosial pada subjek penelitian. Proses pengelompokkan ini dilakukan dengan membagi skor responden ke dalam tiga kategori, yaitu kategori tinggi, sedang, rendah. Penetapan batas interval (*cut-off score*) pada masing-masing kategori dihitung berdasarkan norma positif dengan mengacu pada nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi. Adapun hasil sebaran frekuensi dan persentase dari tingkat intensitas penggunaan media sosial pada 105 responden dalam penelitian ini disajikan secara ringkas

Tabel 5
Distribusi Frekuensi

No .	Kategori	Rentang skor	Jumlah Responden (f)	Persentase (%)
1	Tinggi	≥ 54	16	15,24%
2	Sedang	45 – 53	73	69,52%
3	Rendah	≤ 44	16	15,24%
Total			105	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa intensitas penggunaan media sosial pada responden mayoritas berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 73 responden (69,52%). Sementara itu, responden yang berada pada kategori tinggi dan rendah memiliki jumlah yang sama, masing-masing sebanyak 16 responden (15,24%).

4.Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebaran data penelitian berdistribusi normal atau tidak, yang mana hal ini akan menentukan jenis statistik yang digunakan dalam uji hipotesis. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Sminov karena jumlah sampel yang dianalisis. Hasil uji normalitas disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 6

Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Test	Statistic	p
Kolmogorov-Smirnov	0.124	0.80

Berdasarkan tabel 6 hasil uji normalitas menggunakan metode kolmogorov-smirnov, diperoleh nilai statistik sebesar 0,124 dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,080. Mengacu pada kriteria pengambilan keputusan di mana data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian telah memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian, data yang diuji berdistribusi secara normal dan dinyatakan layak untuk digunakan dalam pengujian statistik parametrik lebih lanjut.

5. Uji linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui bahwa variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y melalui model regresi linier sederhana. Berikut adalah tabel yang menunjukkan

Tabel 7
Statistik Uji Linieritas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
prilaku keagamaan * Penggunaan media sosial	Between Groups (Combined)	1335.272	22	60.694	1.491	.101
	Linearity	205.753	1	205.753	5.053	.027
	Deviation from Linearity	1129.519	21	53.787	1.321	.187
	Within Groups	3338.976	82	40.719		
Total		4674.248	104			

Berdasarkan tabel diatas, uji linieritas dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi dasar, yaitu adanya hubungan yang bersifat linier antara variabel intensitas penggunaan media sosial sebagai variabel independen dan perilaku keagamaan sebagai variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis data yang disajikan pada tabel statistik uji linieritas, diperoleh nilai signifikansi pada bagian Deviation from Linearity sebesar 0,187. Mengacu pada kriteria pengambilan keputusan dalam uji linieritas, di mana hubungan antarvariabel dinyatakan linier jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hasil tersebut menunjukkan

bahwa nilai 0,187 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan perilaku keagamaan siswa memiliki pola hubungan yang linier, sehingga model regresi yang telah disusun memenuhi syarat kelayakan untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

6. Uji hipotesis

Setelah seluruh uji asumsi prasyarat terpenuhi dan data dinyatakan berdistribusi normal, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Pengujian ini dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menjawab rumusan masalah mengenai pengaruh variabel intensitas penggunaan media sosial (X) terhadap perilaku keagamaan siswa (Y). Adapun ringkasan hasil analisis statistik inferensial dengan metode regresi linear sederhana pada sampel siswa SMAN 1 Kediri dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 8
Persamaan regresi linier sederhana
Coefficients

Berdasarkan uji coefficients pada tabel 4.8, maka hubungan antara variabel X (intensitas

penggunaan media sosial) terhadap variabel Y (perilaku keagamaan

Variabel	B	SE	β	t	p
Konstanta	59.236	6.644	-	8.915	<0.001
Intensitas Penggunaan Media Sosial (X)	0.295	0.136	0.210	2.178	0.032

siswa) dijelaskan dengan persamaan regresi

$$Y = a + bX$$

$$Y = 59,236 + 0,295X$$

Persamaan ini diperoleh dari nilai unstandardized pada model M1 di mana konstanta sebesar 59,236 menunjukkan nilai Y ketika X bernilai nol, sedangkan koefisien regresi sebesar 0,295 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel X akan menyebabkan peningkatan 0,295 pada variabel Y. Selain itu, dengan nilai signifikansi sebesar 0,032 yang lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

Tabel 9
Hasil uji regresi linier sederhana
ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
Model	Regression	205.753	1	205.753	4.743	0.032

M ₁	Residual	4468.495	103	43.383		
	Total	4674.248	104			

Berdasarkan ANOVA tabel 4.9 bertujuan untuk menguji signifikansi keseluruhan model atau apakah model regresi ini layak digunakan sebagai prediktor. Dengan *Sum of Squares* (jumlah kuadrat) sebesar 205,753 untuk regresi dan 4468,495 untuk residual, kita dapat melihat bahwa model ini memiliki *degree of freedom* (df) sebesar 1. Nilai *F* hitung yang diperoleh adalah 4,743 dengan taraf signifikansi 0,032. Mengingat nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari ambang batas standar 0,05 ($\alpha = 0,05$), maka kita dapat menolak hipotesis nol (H_0). Secara statistik, ini berarti bahwa variabel *X* secara nyata memberikan pengaruh yang berarti terhadap variabel *Y*, dan model regresi yang dibentuk dianggap layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

a) Koefisien Determinasi (R Square)

Uji koefisien determinasi berfungsi untuk melihat/mengukur sejauh mana variabel *X* mempengaruhi variabel *Y*. Pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (*r square*) dalam analisis regresi linier

sederhana. Berikut ini adalah hasil perhitungan koefisien determinasi (*r square*).

Tabel Model 10
Koefisien Determinasi (R Square)
Model Summary

Model	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE
M ₁	0.210	0,044	0,035	6,587

Berdasarkan pada tabel model summary 4.10 memberikan gambaran tentang seberapa kuat hubungan linear antara variabel independen *X* dengan variabel dependen *Y*. Nilai *R* sebesar 0,210 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang tergolong lemah antara kedua variabel tersebut. Angka *R²* sebesar 0,044 mengindikasikan bahwa variabel *X* hanya mampu memberikan kontribusi pengaruh sebesar 4,4% terhadap perubahan nilai pada variabel *Y*. Hal ini menyiratkan bahwa terdapat 95,6% variabel lain atau faktor-faktor diluar penelitian ini yang lebih dominan dalam mempengaruhi variabel *Y*.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa kelas XII SMAN 1 Kediri pada era digital, penelitian ini menyimpulkan

bahwa tingkat intensitas penggunaan media sosial di kalangan siswa kelas XII secara umum berada pada kategori sedang. Hal tersebut dibuktikan secara deskriptif melalui nilai rata-rata (mean) sebesar 48,790 dengan standar deviasi sebesar 4,765. Dari total 105 responden, mayoritas siswa yaitu sebanyak 73 responden (69,52%) menempati kategori sedang, sementara siswa yang berada pada kategori tinggi dan rendah memiliki proporsi yang seimbang, masing-masing sebanyak 16 responden (15,24%). Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar siswa kelas XII SMAN 1 Kediri masih memiliki kontrol diri yang cukup baik dan pola aktivitas digital yang berada pada tingkat kewajaran dalam memanfaatkan media sosial sehari-hari.

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan perilaku keagamaan siswa kelas XII SMAN 1 Kediri pada era digital. Melalui analisis regresi linear sederhana, diperoleh persamaan regresi $Y = 59,236 + 0,295X$ dengan nilai signifikansi

sebesar 0,032. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari ambang batas standar 0,05 ($0,032 < 0,05$) dan nilai F hitung sebesar 4,743 dinyatakan signifikan, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Temuan empiris ini menegaskan adanya hubungan linear yang berbanding lurus, di mana peningkatan atau perubahan intensitas penggunaan media sosial diikuti secara konsisten oleh perubahan pada perilaku keagamaan siswa.

Meskipun pengaruh variabel tersebut dinyatakan signifikan, hasil analisis koefisien determinasi (R Square) menunjukkan angka sebesar 0,044. Hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi atau pengaruh yang diberikan oleh intensitas penggunaan media sosial terhadap variasi perilaku keagamaan siswa hanya sebesar 4,4%. Sementara itu, sebagian besar sisanya yaitu sebesar 95,6% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain di luar model penelitian ini yang lebih dominan, seperti lingkungan keluarga, teman sebaya, pola asuh, maupun tingkat religiusitas individu secara personal. Dengan demikian, media sosial berperan

sebagai ruang interaksi digital yang turut membentuk persepsi siswa di era digital, namun bukan merupakan satu-satunya faktor penentu utama dalam pembentukan perilaku keagamaan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2022). Meneladani sifat-sifat malaikat Allah sebagai bantuk mengimani adanya malaikat. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 16(2), 147.
- Abdullah, V. I., dkk. (2025). Buku ajar dokumentasi kebidanan. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.
- Abidah, I. M., & Maryam, E. W. (2024). Intensitas penggunaan media sosial, loneliness, dan insicure pada remaja. *Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 11(1), 198.
- Adnan, A. Z., & Hidayati, F. (2018). Self disclosure ditinjau dari tipe kepribadian dan self esteem pada remaja penggunaan media sosial. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 2(2), 180.
- Andriani, O., dkk. (2024). Need assessment anak berkebutuhan khusus di sekolah terintegrasi. *Jurnal Ilmu Sosial*, 3(1).
- Bahri, S., & Zamzam, F. (2021). Model penelitian kuantitatif berbasis SEM-AMOS pengujian dan pengukuran instrumen. Yogyakarta: Deepublish.
- Bitanti, I. M. (2023). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap religiusitas peserta didik di SMA Negeri 1 Natar (Skripsi, UIN RadenIntan Lampung).
- Budiman, A., dkk. (2024). Pengaruh branding terhadap pemasaran event seni dan budaya di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Biru09 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 185.
- Ferlitasari, R., dkk. (2020). Pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku keagamaan remaja. *Socio Religia*, 1(2), 3.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L. (2022). Memperkuat iman kepada Allah SWT sebagai asas pendidikan aqidah Islam. *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 3(3), 93.
- Hasibuan, E. A. (2019). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan interaksi sosial pada mahasiswa psikologi Universitas Medan Area stambuk 2017-2018 (Skripsi, Universitas Medan Area).
- Hidayat. (2021). Statistik penelitian: Panduan analisis data dengan SPSS. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Indiana, I. (2023). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan siswa kelas VIII di SMP N 23 Semarang (Skripsi, UIN Walisongo Semarang).

- Kaharuddin Boru Manullang, K. (2017). Pengaruh intensitas penggunaan jejaring sosial dan kematangan emosi terhadap kepedulian sosial. *Psikoborneo*, 5(4), 479.
- Lestariningsih, S., dkk. (2021). Pengaruh religiusitas dan penggunaan media sosial terhadap perilaku agresif siswa SD Muhammadiyah Karangwaru Kota Yogyakarta. *Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 5(2).
- Louis, A., dkk. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap pembelian pada PT Panca Asri Sentosa. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 820.
- Maemunah Sa'diyah, dkk. (2022). Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan kesehatan mental mahasiswa dalam pendidikan agama Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, 11(3), 719.
- Nasution, S., dkk. (2021). Teks laporan hasil observasi untuk tingkat SMP kelas VII.
- Pakpahan, E. Y., dkk. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan fanatisme terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(4), 727.
- Rahmadani, S., & Akbar, I. R. (2023). Pengaruh gaya kepemimpinan dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai pada Kantor Suku Dinas Pendidikan Wilayah 1 Kota Administrasi Jakarta Selatan. *Journal of Research and Publication Innovation*, 1(3), 932.
- Rahmayanti, N. P., dkk. (2024). Pelatihan SPSS uji validitas dan uji reliabilitas untuk data primer. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 22–23.
- Ratu Bangsawan, M. I. P. (2024). Masa depan literasi minat baca di era media sosial. *Pustaka Andhikara Mediatama*.
- Rohia, E., dkk. (2025). Pengaruh media digital terhadap spiritualitas remaja Muslim. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(3), 387.
- Rukminingsih, dkk. (2020). Metode penelitian pendidikan (Penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif, penelitian tindakan kelas). Yogyakarta: Erhaka Utama.
- Setiawan, P., dkk. (2020). Perilaku keagamaan siswa Muslim di SMPN 1 dan SMPN 2 Airmadidi. *Journal of Islamic Education Policy*, 5(1), 26.
- Siregar, S. (2021). *Statistika terapan untuk perguruan tinggi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wibowo, A. S., dkk. (2025). Jenis-jenis skala sikap: Pengukuran opini dan persepsi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 3(3), 63.
- Yusak Ratunguri, dkk. (2022). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap motivasi belajar siswa sekolah dasar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(12), 5743–5744.