



## DAMPAK KONTEN KEAGAMAAN DI INSTAGRAM TERHADAP TINGKAH LAKU REMAJA MUSLIM

Laila Rahma Aryani

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia

[lailabangka2@gmail.com](mailto:lailabangka2@gmail.com)

**Abstract:** Instagram is one of the social media that provides benefits from existing content, especially religious content. This study aims to examine the impact of religious content on Instagram on the behavior of Muslim teenagers. The research method used in this research is qualitative with descriptive research type. Data collection techniques by direct interview to the mahasantri mabna Asma' bint Abi bakar Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. The results showed that the existence of religious content on Instagram provides awareness, and changes in the behavior of Muslim adolescents both in religiosity and spirituality. In terms of religiosity, respondents felt an increase in the strength and quality of daily worship, while from spirituality they felt calm and feeling closer to their religion after seeing religious content on Instagram. The existence of this religious content can also increase knowledge for Muslim teenagers which is obtained practically and easily. By accessing Muslim teenagers to religious content, it has also made them a wise generation in utilizing social media.

**Keywords:** Instagram, Religious Content, Teenagers.

**Abstrak:** Instagram merupakan salah satu media sosial yang memberikan kemanfaatan dari konten-konten yang ada terkhusus konten keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak konten keagamaan yang ada di Instagram terhadap tingkah laku remaja muslim. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara langsung kepada mahasantri mabna Asma' bint Abi bakar Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya konten keagamaan yang ada di Instagram memberikan kesadaran, perubahan pada tingkah laku remaja muslim baik secara religiusitas maupun spiritualitas. Secara religiusitas responden merasakan peningkatan kuatintas dan kualitas ibadah kesehariannya, sedangkan dari spiritualitas mereka merasa tenang dan merasa semakin dekat dengan agamanya setelah melihat konten-konten keagamaan yang ada di Instagram. Adanya konten-konten keagamaan ini juga dapat menambah pengetahuan bagi remaja muslim yang didapatkan secara praktis dan mudah. Dengan mengaksesnya remaja muslim kepada konten-konten keagamaan juga telah menjadikan mereka generasi yang bijak dalam pemanfaatan media sosial.

**Kata Kunci:** Instagram, Konten Keagamaan, Remaja.

## PENDAHULUAN

Di era digital kemajuan teknologi informasi, media sosial telah menjadi bagian yang krusial bagi kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan remaja. Media sosial merupakan suatu layanan media yang berbasis internet yang di dalamnya memungkinkan penggunaannya untuk berbagi pendapat, pemikiran, pandangan, maupun pengalaman (Harahap & Adeni, 2020). Salah satu media sosial yang memiliki daya tarik sendiri bagi remaja karena mudah diakses dan perolehan informasi yang cepat adalah Instagram. Instagram memiliki berbagai fitur yang tidak hanya digunakan untuk berbagi gambar dan video, tetapi juga berfungsi sebagai ruang interaksi sosial yang luas dalam penyebarluasan informasi termasuk informasi keagamaan sehingga terbentuknya pemahaman spiritualitas dan religiusitas di kalangan remaja muslim.

Remaja merupakan sosok yang sering kali berada di ambang pencarian identitas dan nilai-nilai. Mereka seringkali terpapar dengan berbagai narasi dan representasi agama yang mereka konsumsi di media sosial sehingga mempengaruhi pemahaman dan praktik keagamaan mereka (Hussain & Bhat, 2020). Menurut Campbell (2020) media sosial menawarkan ruang di mana praktik keagamaan dapat diterjemahkan ke dalam konteks digital yang memungkinkan remaja untuk terlibat dalam komunitas keagamaan yang lebih luas tanpa batasan geografis. Di satu sisi, Instagram dapat berfungsi sebagai platform untuk pembelajaran, dimana remaja muslim dapat menemukan dan membagikan konten dakwah, kutipan ayat, *quotes-qoutes* keagamaan, serta video ceramah yang memperdalam pemahaman mereka tentang agama.

Seiring dengan adanya peningkatan konsumsi media sosial, penelitian menunjukkan adanya pengaruh konten keagamaan terhadap pola pikir dan tingkah laku remaja muslim, sehingga penyebarluasan nilai-nilai keagamaan ini dianggap penting (Al-Rahmi & Othman, 2018). Konten keagamaan ini tidak hanya berdampak pada tingkah laku remaja muslim secara umum saja tetapi juga berdampak pada aspek religiusitas dan spiritualitas mereka. Religiusitas adalah seberapa kuat komitmen seseorang terhadap agamanya yang mana dapat dilihat dari kepercayaan terhadap

agama yang dianut, memahami ajarannya dan mempraktikkan ritual-ritual yang ada, sehingga mengubah perilakunya di kehidupan sehari-hari. Sedangkan spiritualitas dapat dipahami sebagai cara seseorang untuk mengapresiasi atas Tuhan dalam kehidupan sehari-hari dengan mencari makna dan tujuan hidup yang meliputi segala bentuk kebaikan (Gagahriyanto, 2023).

Namun, di sisi lain fenomena beragamnya konten di Instagram juga membawa tantangan tersendiri. Penyebarluasan informasi yang tidak akurat dan potensi kejahatan di media sosial menjadi perhatian penting (Pambudi dkk., 2023). Konten yang beragam dan terkadang kontroversial dapat memengaruhi cara pandang remaja terhadap agama, yang mungkin tidak selalu positif. Selain itu, tekanan untuk menampilkan kehidupan yang ideal di media sosial dapat menciptakan rasa ketidakpuasan dan kecemasan di kalangan remaja, mengganggu proses pencarian spiritual mereka (Hamimah dkk., 2023).

Berkenaan dengan konten keagamaan di media sosial ditemukan bahwa konten-konten tersebut dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori utama yaitu (Dhora dkk., 2023): *pertama*, konten keagamaan yang informatif. Konten keagamaan yang informatif adalah konten yang sifatnya memberikan informasi dan bersifat persuasif. Biasanya, konten ini berisi kajian atau pembahasan tentang praktik pengamalan nilai-nilai Islam dalam konteks kehidupan sehari-hari. Materi pada konten ini umumnya dapat berisi petunjuk, anjuran, dan larangan yang bersifat amaliah sesuai dengan hukum Syariat. Konten keagamaan seperti ini banyak sekali ditemukan di Instagram. Di antara contoh konten yang informatif adalah kajian tentang puasa, sholat, larangan maksiat, menghormati orang tua, dan lain sebagainya. *Kedua*, konten keagamaan kontemporer. Kontemporer dapat didefinisikan dengan arti kekinian atau masa kini. Dalam konteks ini kontemporer yang dimaksud adalah agar penyampaian konten keagamaan yang ada lebih aktual dan kontekstual. Dalam konten ini materi yang dibahas adalah fenomena kekinian yang diuraikan berdasarkan perspektif Islam. Ciri khas konten ini biasanya memuat pemikiran, gagasan, pendapat, dan fatwa dari para muballigh Islam dan

otoritas agama tentang hukum agama atau fenomena yang baru. Tema yang dimuat juga lebih *update*, tidak lagi membahas materi yang normatif dalam wacana keagamaan melain dengan bahasan yang lebih modern. Beberapa contoh kajian keagamaan kontemporer adalah hukum penyebaran *hoax* menurut islam, hukum penggunaan *shopeepay later* dalam berbelanja *online*, serta bahasan ilmu dan pengetahuan lainnya. *Ketiga*, konten keagamaan kontroversial. Kontroversial dan krusial merupakan ciri khas dari konten yang ketiga ini. Konten keagamaan yang berisi wacana dan pembahasan yang memicu perdebatan, konflik, polemik, bahkan konflik. Biasanya, ungahan konten ini dilatarbelakangi oleh fanatisme agama, sentimen keagamaan, dan stereotipe kelompok agama tertentu. Masyarakat Indonesia menganggap bahwa entitas keagamaan cenderung bersifat privasi dan indrawi, sehingga mudah sekali ungahan yang berhubungan dengan agama di publik dapat memicu perdebatan dan polemik (Attharik, 2022). Contoh konten keagamaan yang kontroversial di antaranya hukum mengucapkan selamat natal dari seorang muslim.

Dalam aspek religiusitas, ada beberapa dimensi dalam pengamalannya, di antaranya (Umam, 2021): dimensi keyakinan, ritual, pengetahuan, dan konsekuensi. Sedangkan untuk aspek spiritualitas menurut Underwood (2006) mencakup dua dimensi yakni dimensi Tuhan dan makhluk alam semesta yang mencakup beberapa aspek berikut yaitu hubungan, aktivitas spiritual, rasa nyaman dan kekuatan, kedamaian, merasakan pertolongan, merasakan kasih sayang Tuhan, kekaguman, kepedulian terhadap sesama, kemampuan untuk berempati, dan dekat dengan Tuhan (Nuryanti dkk., 2021).

Fase remaja merupakan fase peralihan dari fase anak-anak menuju dewasa. Karakteristik dari remaja sendiri dapat dilihat dari perubahan baik fisik maupun psikis. Menurut WHO, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-19 tahun, sedangkan BKKBN (Badan Kependudukan Keluarga Berencana) mengatakan bahwa remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-24 tahun, dan menurut Peraturan menteri Kesehatan RI Nomor 25 tertulis bahwa remaja adalah penduduk dengan rentang usia 10-18 tahun (Diananda, 2018).

Berikut ini pengelompokan remaja berdasarkan perubahan yang terjadi baik fisik maupun mental :

*Pertama*, Pra Remaja (11 atau 12-13 atau 14 tahun) fase ini mempunyai masa yang sangat pendek, yaitu sekitar 1 tahun. Fase ini disebut fase negatif karena tingkah laku remaja pada fase ini berubah-rubah sesuai suasana hati mereka. Komunikasi mereka dengan orang tuanya pun ikut terganggu. *Kedua*, Remaja Awal (13 atau 14 tahun-17 tahun). Pada fase ini perubahan-perubahan terjadi sangat pesat dan mencapai puncaknya, terjadi banyak ketidakseimbangan dan ketidakstabilan di usia ini. Ia mencari identitas diri karena masa ini, statusnya tidak jelas. Pada masa perkembangan ini, pola-pola hubungan soial mulai berubah menjadi orang dewasa muda, sehingga seringkali mereka membuat keputusan sendiri. Pada masa perkembangan ini juga pemikiran mereka semakin logis, abstrak, dan idealitas. *Ketiga*, remaja lanjut (17-20 atau 21 tahun) ada masa ini perkembangan remaja ingin menjadi pusat perhatian, sehingga mereka ingin menonjolkan dirinya, idealis, mempunyai cita-cita tinggi, bersemangat, dan mempunyai energi yang besar. Ia berusaha memantapkan identitas diri, dan ingin mencapai ketidaktergantungan emosional.

Beberapa penelitian menyebutkan beberapa Indikator remaja di antaranya: Pada fase remaja perubahan tidak terjadi pada fisik saja, perkembangan gaya hidup menjadi ciri remaja. Pola prilaku remaja menciptakan dampak yang sangat besar dalam kehidupan remaja di antaranya amaliah kesehatan individu. Peningkatan upaya kesehatan remaja dapat didasari oleh kekuatan kondisi psikologis dan gaya hidup. Gaya hidup sehat mencakup makan dengan menu seimbang, olahraga teratur, tidak merokok, tidak minum minuman keras dan narkoba, istirahat yang cukup, dan mengendalikan stress (Safitri, 2014)

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Kultivasi (*Cultivation Theory*). Teori ini dikemukakan oleh George Gerbner pada tahun 1969 yang menyatakan bahwa paparan berulang terhadap pesan ataupun konten tertentu dalam media dapat membentuk persepsi individu tentang realitas sosial (Gozali, 2024). Remaja muslim yang sering terpapar pada konten keagamaan yang ada di instagram membuat persepsi mereka tentang

nilai-nilai agama menjadi lebih kuat dan pada akhirnya persepsi ini nantinya dapat memengaruhi tingkah laku mereka untuk menyesuaikan diri dengan nilai-nilai tersebut.

Berdasarkan penelitian terdahulu didapatkan beberapa pernyataan, di antaranya:

1. Instagram sebagai Media Penyebaran Informasi Keagamaan

Media sosial, khususnya Instagram telah menjadi salah satu platform utama bagi remaja untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, dan membangun identitas. Instagram merupakan media sosial yang paling populer seiring dengan meningkatnya jumlah penggunanya. Menurut CEO Instagram, Kevin Systrom, jumlah pengguna Instagram sudah mencapai 700 juta, dengan peningkatan 100 juta pengguna hanya dalam waktu 4 bulan dengan remaja menjadi pengguna terbanyak (Ferlitasari dkk., 2020). Berdasarkan data *Napoleon Cat* ada 109,33 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga April 2023. Jumlah tersebut meningkat 3,45% dibandingkan pada bulan sebelumnya yaitu sebanyak 105,68 juta pengguna dengan kelompok umur 18-24 tahun menjadi pengguna paling banyak dengan persentase mencapai 38% (Adinda Marzella, Edwin Rizal, 2024).

Hal ini menunjukkan betapa Instagram memiliki daya tarik yang tinggi untuk digunakan dalam mengakses konten-konten yang ada di dalamnya. Di kalangan remaja Muslim sendiri, penggunaan Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mencari dan mengembangkan spiritualitas mereka. Banyaknya pengguna Instagram menimbulkan keberagaman informasi dan konten yang tersedia di Instagram (Sakti dkk, 2013). Banyak sekali informasi ataupun konten di Instagram yang berkaitan dengan keagamaan seperti ceramah, *quotes-quotes* Islami, dan lain sebagainya. Hal ini menjadikan Instagram sebagai media yang digemari oleh remaja Muslim sehingga ada beberapa pengetahuan dan informasi yang mereka dapatkan di sana.

2. Konsumsi Konten Keagamaan

Instagram menawarkan berbagai konten religius, kutipan inspiratif, hingga video ceramah. Konten keagamaan di media sosial dapat

meningkatkan kesadaran spiritualitas dan mendorong pengguna untuk lebih aktif dalam praktik keagamaan mereka (Mangi, 2024). Remaja Muslim yang terpapar konten keagamaan di Instagram cenderung mengalami peningkatan dalam praktik ibadah dan keterlibatan dalam komunitas religius.

Konsumsi konten keagamaan di Instagram juga memotivasi dan mendorong mereka untuk melakukan praktik-praktik keagamaan, meskipun terkadang efeknya lebih terlihat pada sikap dibandingkan praktik keagamaan secara rutin. Remaja Muslim yang terpapar konten spiritual di Instagram cenderung mengalami peningkatan dalam praktik ibadah dan keterlibatan dalam komunitas religius. Dengan konten dan informasi keagamaan juga para remaja Muslim ini semakin semangat untuk belajar menjadi lebih baik lagi.

3. Dampak Konten Keagamaan Terhadap Tingkah Laku Remaja Muslim

Dampak penggunaan Instagram terhadap tingkah laku remaja Muslim menjadi fokus yang sangat penting pada era digital ini. Interaksi positif di media sosial itu dapat meningkatkan tingkah laku yang baik dan kesejahteraan mental remaja Muslim (Kuss & Griffiths, 2017). Mereka juga terkadang tanpa sadar mendapatkan informasi yang relevan dengan apa yang dialami sehingga hal itu juga berdampak bagi mental mereka yang pada saat itu memburuk. Peningkatan ini menunjukkan bahwa konten keagamaan membuat remaja Muslim berusaha untuk mengikuti, memahami, dan mengaplikasikannya dalam tingkah laku sehari-hari. Adanya konten keagamaan yang tidak benar dan bijak di Instagram dapat juga memberikan dampak yang negatif bagi remaja Muslim. Mengingat akses pengguna Instagram yang bebas, maka diharapkan remaja dapat mengambil tindakan yang bijak dalam mengatasi hal tersebut.

Meskipun telah banyak penelitian tentang konsumsi konten keagamaan di media sosial terhadap pemahaman keagamaan, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak berfokus pada platform tertentu seperti YouTube, sementara untuk Instagram masih terbatas. Penelitian tentang dampak konten keagamaan yang dilakukan oleh Mangi (2024) fokus penelitian tersebut hanya pada dampak konten keagamaan terhadap sikap

spiritualitas saja, namun belum banyak yang meneliti dampaknya pada religiusitas. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan memfokuskan dampak konten keagamaan di instagram tidak hanya secara spiritualitas saja, tapi juga pada aspek religiusitas.

Artikel ini ditulis untuk mengetahui bagaimana dampak konten keagamaan yang ada di instagram terhadap tingkah laku remaja muslim baik secara spiritualitas maupun religiusitas. Dengan memahami dinamika ini, kita dapat melihat hubungan antara konsumsi konten keagamaan dan perubahan dalam tingkah laku keagamaan serta interaksi sosial remaja Muslim. Fokus utama akan diberikan pada jenis konten yang dikonsumsi, interaksi yang terjadi setelah melihat konten tersebut, serta dampak konten keagamaan tersebut terhadap tingkah laku remaja muslim baik secara spiritualitas maupun religiusitas. Dengan adanya artikel ini diharap juga dapat menjadi pengetahuan dan informasi bagi remaja muslim untuk memanfaatkan konten keagamaan yang ada di instagram di era digital ini.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali pemahaman mendalam dampak konten keagamaan di instagram terhadap tingkah laku remaja muslim. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menarasikan dan memahami suatu fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021). Karakteristik dari deskriptif sendiri adalah data yang diperoleh berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka seperti penelitian kuantitatif, sehingga data yang dikumpulkan pada penelitian ini lebih berfokus pada kata-kata atau kalimat. Sumber penelitian ini adalah 5 orang Mahasantri mabna Asma' Bint Abi Bakar Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2024 yang berumur 19 dan 20 tahun. Dalam penelitian ini peneliti langsung berhubungan dengan sumber yang diteliti sehingga informasi yang diperoleh bersifat nyata dan akurat. Sifat penelitian ini adalah berupaya memberikan jawaban dan menjelaskan kejadian, keadaan yang terjadi. Teknik pengumpulan data pada penelitian

ini adalah wawancara langsung kepada narasumber. Setelah didapatkan informasi, fakta-fakta statistik, dan poin-poin penting peneliti mencatatnya dalam buku catatan yang telah disiapkan sambil direkam percakapannya. Selanjutnya, data tersebut dianalisis menggunakan metode deskriptif sesuai dengan permasalahan penelitian yang diteliti sehingga menghasilkan pembahasan yang dapat dipahami.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Jenis Konten Keagamaan

Dari proses wawancara yang telah dilakukan, ditemukan bahwa semua responden ini adalah pengguna Instagram yang aktif. Mereka menggunakan instagram untuk melihat *story followers* dan mencari informasi dari unggahan yang ada di Instagram baik berupa gambar maupun video. Instagram menyajikan berbagai informasi baik politik, publik figur, ekonomi, sosial, budaya, keagamaan, dan lain sebagainya. Dari Kelima responden yang telah saya wawancara didapati bahwa semua responden sering dan tertarik untuk melihat konten keagamaan yang ada di Instagram. Jenis konten keagamaan yang sering mereka lihat adalah ceramah-ceramah agama, *quotes* Islami, dan kalam hikmah baik tentang kehidupan, keluarga, maupun cinta.

Jenis konten yang dilihat responden dengan inisial A, R dan P adalah ceramah-ceramah ustaz Hanan Attaqi. Ustadz Hanan Attaqi adalah salah satu penceramah yang terkenal dengan suara yang lembut, bahasa dan pakaian yang digunakan sangat kekinian. Selain itu ceramah yang disampaikan sangat mudah dipahami dan dimengerti. Topik yang disampaikan sangat menarik dan sering kali sesuai dengan realita yang sedang dirasakan remaja. Melihat jenis konten keagamaan yang dilihat ketiga responden tersebut dapat disimpulkan bahwa ceramah-ceramah ustaz Hanan Attaqi adalah jenis konten keagamaan kontemporer karena pendekatannya lebih santai, modern, dan fokus pada tema-tema relevan untuk anak muda.

Kemudian responden dengan inisial E sering dan suka melihat konten keagamaan berupa video ceramah juga. Salah satu penceramah yang sangat dia sukai adalah ustaz Adi Hidayat. Alasan

mengapa responden ini sering melihat ceramah ustaz Adi Hidayat adalah karena penyampaian materi yang begitu lengkap beserta dalil baik itu Al-Qur'an maupun hadits. Beliau juga adalah sosok yang ceramah layaknya guru karena kebiasaan beliau yang membawa kitab dan membahasnya secara detail. Di antara topik yang disampaikan beliau ketika ceramah adalah fiqh ibadah baik itu sholat, puasa, serta ibadah amaliah lainnya. Melihat jenis konten keagamaan yang dilihat responden E tersebut dapat disimpulkan bahwa ceramah-ceramah ustaz Adi Hidayat adalah jenis konten keagamaan yang informatif, karena pendekatannya lebih edukatif, ilmiah, dan berbasis dalil untuk mendalamkan pengetahuan agama.

Jenis konten keagamaan yang sering responden dengan inisial S lihat adalah *quotes-quotes* tentang hijrah, cinta-cintaan, dan pertemanan. Alasan responden dengan inisial S ini sangat menyukai postingan seperti itu karena *quotes-quotes* yang dilihat itu sangat sesuai dengan jiwa yang sedang dia rasakan. *Quotes-quotes* ini juga dapat dijadikan penyemangat bagi mereka. Melihat jenis konten keagamaan yang dilihat responden S dapat disimpulkan bahwa *quotes-quotes* ini termasuk konten keagamaan kontemporer karena pendekatannya lebih santai, modern, dan fokus pada tema-tema relevan untuk anak muda. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa konten yang cenderung dilihat oleh responden adalah konten keagamaan kontemporer.

### Dampak Konten Keagamaan terhadap Religiusitas Remaja Muslim

Konten keagamaan yang ada di Instagram telah berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman remaja muslim terhadap nilai-nilai religiusitas dalam tingkah laku mereka. Hal ini sesuai dengan teori kultivasi bahwa seseorang yang sering terpapar pesan-pesan ataupun konten-konten membuat perubahan persepsi dan tingkah laku mereka. Remaja yang aktif di instagram ini merasa lebih dekat dengan agamanya setelah menyimak konten-konten yang disajikan. Konten keagamaan ini tidak hanya berupa kutipan Al-Qur'an dan hadits nabi saja, tetapi banyak sekali kisah-kisah inspiratif, dan *quotes-quotes* yang

menggugah jiwa mereka. Melalui konten-konten keagamaan ini mereka juga merasa lebih mudah menjangkau pengetahuan ataupun pesan-pesan keagamaan yang sebelumnya tidak diketahui.

Tanpa disadari, adanya konten keagamaan yang ada di Instagram membuat mereka sadar. Respon mereka terhadap konten keagamaan yang ada di Instagram tidak hanya sekedar renungan saja akan tetapi mereka mencoba memahami pengetahuan yang mereka dapatkan dengan mempraktikkannya di kehidupan sehari-hari. Responden inisial E mengatakan bahwa konten keagamaan yang mereka lihat di Instagram membuat pengetahuannya bertambah dan berusaha untuk melakukan hal tersebut. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Nuryanti (2021) tentang aspek-aspek religiusitas yaitu dimensi pengetahuan.

Adanya konten keagamaan di Instagram juga membuat mereka berusaha untuk memperbaiki tingkah laku yang menurut mereka masih kurang. Hal ini disepakati oleh semua responden. Walaupun realitanya respon terhadap konten keagamaan yang ada ini hanya sesaat tapi mereka sudah merasakan perubahan yang ada dan memiliki pikiran untuk bagaimana menjadi remaja muslim yang lebih baik lagi.

Responden dengan inisial A, P, R, dan S mengatakan bahwa dampak konten keagamaan yang ada di Instagram juga berdampak pada aspek sosial tidak hanya bagi diri mereka sendiri. Responden inisial S juga mengaplikasikan pengetahuan yang mereka dapatkan secara langsung dalam tingkah laku mereka. Ia berkata "setelah saya melihat konten tentang jangan menunda sholat, pasti setelah itu langsung sadar dan sholat tepat waktu", begitu juga dengan responden inisial R, ia mengatakan "setelah saya melihat postingan tentang keutamaan bersedekah ia langsung mempraktekkan hal tersebut". Dan hal ini sesuai dengan aspek dari religiusitas yaitu dimensi ritual.

Secara sosial tingkah laku remaja setelah melihat konten keagamaan yang ada di Instagram juga terlihat semakin baik, mereka tidak hanya beretika baik bagi diri mereka tetapi juga kepada orang lain seperti keluarga, teman, dan Masyarakat sekitar. Hal ini langsung diaplikasikan kelima responden ketika berbicara dengan orang tua

mereka tahu etika mana yang baik dan benar. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rakhmi Khalida (2018) yang menyatakan bahwa penggunaan akun Instagram dengan konten Islami (Khalida dkk., 2018).

Melihat fakta-fakta yang diberikan kelima responden ini, dapat disimpulkan bahwa konten keagamaan di Instagram berdampak pada religiusitas mereka karena telah mencakup dimensi-dimensi sebelumnya. Dari wawancara yang telah dilakukan bahwa kelima responden ini merasa termotivasi setelah melihat konten keagamaan di Instagram. Hal ini sejalan dengan teori kultivasi yang menyatakan bahwa individu yang sering melihat pesan-pesan ataupun konten akan berubah persepsi serta tingkah lakunya.

### Dampak konten keagamaan di Instagram terhadap Spiritualitas Remaja Muslim

Secara spiritualitas konten keagamaan yang ada di Instagram telah memberikan dampak yang positif bagi mereka. Kelima responden ini menyadari adanya konten keagamaan yang mereka lihat membuat mereka merasa dekat dengan Tuhan dan agamanya. Responden dengan inisial S menyadari ketika ia melihat konten keagamaan yang ada di Instagram. Ia merasakan ketenangan hati. Merasakan bahwa pesan-pesan yang baru ia lihat begitu *relate* dan sesuai dengan apa yang dirasakan. Hal ini mendorong dirinya untuk meningkatkan intensitas spiritual nya yaitu bagaimana ia bisa mencapai tingkat tersebut dengan ibadah-ibadah. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Nuryaniti (2021) bahwa salah satu tanda tercapainya spiritualitas seseorang individu adalah dengan munculnya perasaan nyaman dan tenang.

Begitupula dengan responden berinisial A, P, dan R ketika melihat konten-konten keagamaan yang ada di Instagram mereka sadar bahwa kita sebagai makhluk itu harus merenungkan untuk apa kita hidup, kepada siapa kita hidup. Mereka juga merasakan perang batin, mengingat semua perilaku buruk yang sudah mereka lakukan. Kemudian ketiga responden ini mengatakan dari hal tersebut muncul pikiran bahwa kita sebagai makhluk tuhan itu harus menyukuri nikmat yang ada.

Responden E juga merasakan adanya peningkatan spiritualitas setelah melihat konten-konten keagamaan yang ada di Instagram. Ia menyadari sebagai makhluk harus punya kepedulian dengan sesama, melihat konten-konten keagamaan yang membahas akhlak mulia seperti jum'at berkah membuat ia kagum dan lebih peka dengan pentingnya nilai-nilai kebaikan. Sehingga nantinya muncul rasa untuk melakukan hal yang sama.

Dapat disimpulkan bahwa tingkah laku kelima responden ini sudah mengalami peningkatan spiritual. Karena semua yang mereka rasakan sudah memenuhi aspek-aspek spiritualitas dan sesuai dengan teori kultivasi yang dikemukakan oleh George Gerbner pada tahun 1969. Kelima responden ini juga menyadari dan paham bahwa tidak semua informasi yang didapatkan di Instagram itu benar. Mereka juga sudah menerapkan prinsip *tabayyun* yaitu bersikap hati-hati dalam menerima informasi yang ada dengan cara meneliti, memberitahu, dan memverifikasi suatu informasi yang terdapat dalam sebuah konten. Konten keagamaan yang sensitif pun menjadi perhatian tersendiri bagi mereka. Apabila mereka menemukan informasi keagamaan yang berbeda dengan yang dipelajari mereka langsung bertanya kepada yang lebih paham.

### PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden paling banyak berusia 19 tahun dengan bersuku jawa dan beragama islam. Konten-konten keagamaan yang ada di Instagram memiliki dampak yang positif bagi diri mereka baik secara spiritualitas maupun religiusitas mereka. Mereka bukan hanya mendapatkan dampak dari konten keagamaan saja tapi mereka juga sudah berhasil menjadi generasi yang memanfaatkan media sosial secara baik. Mereka menggunakan fitur-fitur yang ada di Instagram untuk mengakses konten-konten keagamaan yang inspiratif, dengan hal itu mereka juga dapat memperkuat identitas mereka sebagai remaja muslim. Konten-konten keagamaan ini juga dijadikan sebagai penyemangat dan pengingat bagi mereka untuk menjadi remaja yang lebih baik lagi.

Melihat fakta-fakta di atas dapat diyakini bahwa adanya keterkaitan perubahan tingkah laku dengan aspek-aspek religiusitas dan spiritualitas itu sendiri. Mereka lebih terinspirasi untuk lebih taat beribadah dan memperkuat iman. Selain itu informasi yang didapatkan dapat menambah pengetahuan mereka tentang keagamaan, rasa toleransi dan kerukunan juga ikut lahir melalui konten keagamaan di Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Marzella, Edwin Rizal, N. K. (2024). Use of Instagram as a Media for Disseminating Information on Instagram @folkative. *Journal of Scientech Research and Development*, 6(1), 1929–1950.
- Attharik, M. M. (2022). *Satirisme Agama Dalam Platform Video Media Sosial Analisis Wacana Kritis Kanal Youtube Tretan Muslim "Last Hope Kitchen" Episode Memasak Babi Dan Kurma*.
- Dhora, S. T., Hidayat, O., Tahir, M., Arsyad, A. A. J., & Nuzuli, A. K. (2023). Dakwah Islam di Era Digital: Budaya Baru “e-Jihad” atau Latah Bersosial Media. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(1), 306. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1804>
- Diananda, A. (2018). Psikologi Remaja dan Permasalahannya. In *Istighna* (Vol. 1, Nomor 1). [www.depkes.go.id](http://www.depkes.go.id)
- Ferlitasari, R., Suhandi, & Rosana, E. (2020). Pengaruh media sosial istagram terhadap perilaku keagamaan remaja. *Sosio Religia: Jurnal Sosiologi Islam*, 01(02), 2–3.
- Gagahriyanto, M. A. (2023). Literature Review: Konsep Religiusitas Dan Spiritualitas Dalam Penelitian Psikologi di Indonesia. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 351(4), 2986–6340. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7964628>
- Gozali, C. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Podcast Mendoan Terhadap Pembentukan Perilaku Wajar Mengumpat Generasi Z di Kota Malang. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(4), 1784–1799. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i4.3823>
- H Campbell, L. C. (2020). *Religion and Digital Media*.
- Hamimah, K., Jodi, M., Malik, M. A., Zainudin, E. F., Husna, N., Mansor, B., & Binti Mahmood, R. (2023). *Pornography and Its Effects on Children From Islamic and Scientific Perspectives*. 4(1), 56–91.
- Khalida, R., Jumawan, J., & Hadita, H. (2018). Pengaruh Intensitas Penggunaan Akun Instagram Nuansa Islami Terhadap Sisi Religius Mahasiswa. *Seinasi-Kesi*, 41–45. [https://conference.upnvj.ac.id/index.php/sein\\_asikesi/article/viewFile/32/42](https://conference.upnvj.ac.id/index.php/sein_asikesi/article/viewFile/32/42)
- Mangi, A. M. A. L. S. Z. P. (2024). *1 Timotius 4:12 Sebagai Dasar Mempertahankan Iman Di Era Media Sosial Tantangan Dan Peluang Pendidikan Agama Kristen*. 7693, 147–156.
- Nuryanti, S., Mumtazah, S., Pavita Sari, G., Psikologi, J., & Brawijaya sofia, U. (2021). Hubungan Antara Spiritualitas Dengan Subjective Well-Being Pada Perempuan Kampung Lampion Malang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Talenta*, 16(2), 64–74.
- Pambudi, R., Budiman, A., Rahayu, A. W., Sukanto, A. N. R., & Hendrayani, Y. (2023). Dampak Etika Siber Jejaring Sosial Pada Pembentukan Karakter Pada Generasi Z. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(3), 289–300.
- Safitri, D. (2014). Analisis Indikator Gaya Hidup Yang berhubungan dengan Usia Menarche RemajaPutri. In *JOM PSIK* (Vol. 1, Nomor OKTOBER).
- Umam, R. N. (2021). Aspek Religiusitas dalam Pengembangan Resiliensi diri di Masa Pandemi Covid-19. *SANGKéP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 4(2), 148–164. <https://doi.org/10.20414/sangkep.v4i2.3558>