

**PENGARUH MANAJEMEN MEDIA SOSIAL DALAM
PENYEBARAN NILAI-NILAI AGAMA
(SUATU STUDI KASUS MELALUI WAWANCARA DENGAN
MAHASISWA FEB ULM)**

Muhammad Fikri Wirapratama

Email: Fikri97pratama@gmail.com

Muhammad Sahrul Mubin

Email: sahrulmubin463@gmail.com

Muhammad Revandi Darmawan

Email: refandidarmawan123@gmail.com

Sultan Diouf Adinugroho

Email: sultandiouf12@gmail.com

Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin

Abstract

This study investigates the influence of social media management on the spread of religious values among students at the Faculty of Economics and Business, Lambung Mangkurat University. In the ever-evolving digital age, social media has become a highly influential communication tool, affecting the way religious values are disseminated and understood. By analyzing the results of interviews with students, this study noted that the majority of respondents saw the role of social media in spreading religious values as positive. They felt that social media had facilitated easier access to various religious content, such as lectures, verses, hadith and religion-related content, which positively enriched their understanding of religion and strengthened religious beliefs. However, the study also cautions against the potential risks associated with the dissemination of religious values through social media, including the spread of extreme and polarizing views. Wise and selective social media management is therefore crucial in ensuring religious messages are delivered with respect and tolerance. This research provides a deeper understanding of how social media influences the spread of religious values and provides useful insights for the development of more effective social media management in supporting the understanding of religious values among university students.

Keywords: *Management, Social Media, Student Religious Values, Islamic Education*

Abstrak

Penelitian ini menginvestigasi pengaruh manajemen media sosial terhadap penyebaran nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Dalam era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi alat komunikasi yang sangat berpengaruh, memengaruhi cara nilai-nilai agama disebarkan dan dipahami. Dengan menganalisis hasil wawancara dengan mahasiswa, penelitian ini mencatat bahwa mayoritas responden melihat peran media sosial dalam menyebarkan nilai-nilai agama sebagai positif. Mereka merasa bahwa media sosial telah memfasilitasi akses yang lebih mudah ke berbagai konten agama, seperti ceramah, ayat, hadis, dan konten terkait agama, yang secara positif memperkaya pemahaman mereka tentang agama dan memperkuat keyakinan keagamaan. Namun, penelitian ini juga mengingatkan pada potensi risiko yang terkait dengan penyebaran nilai-nilai agama melalui media sosial, termasuk penyebaran pandangan ekstrem dan polarisasi. Oleh karena itu, manajemen media sosial yang bijak dan selektif menjadi sangat penting dalam memastikan pesan-pesan agama disampaikan dengan rasa hormat dan toleransi. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media sosial memengaruhi penyebaran nilai-nilai agama dan memberikan pandangan yang berguna untuk pengembangan manajemen media sosial yang lebih efektif dalam mendukung pemahaman nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa.

Kata kunci: Manajemen, Media Sosial, Nilai-nilai Agama Mahasiswa, PAI.

1. Pendahuluan

Dalam era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi kekuatan dominan dalam memengaruhi budaya, komunikasi, dan interaksi manusia. Fenomena ini tidak hanya memengaruhi kehidupan pribadi, tetapi juga telah membawa dampak yang signifikan dalam berbagai bidang, termasuk bisnis, politik, pendidikan, dan bahkan ilmu pengetahuan. Dengan jutaan orang yang terhubung melalui platform-platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan banyak lainnya, manajemen media sosial telah menjadi salah satu aspek terpenting dalam memahami dan memanfaatkan media sosial secara efektif.

Dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media sosial bukan lagi sekadar alat hiburan atau sarana berbagi informasi. Media sosial telah menjadi wadah komunikasi utama bagi masyarakat, dengan dampak yang begitu besar sehingga mempengaruhi perilaku, pola konsumsi, dan interaksi sosial. Dalam hal ini, manajemen media sosial memainkan peran kunci dalam mengelola, mengawasi, dan mengarahkan penggunaan platform-platform ini. Aspek-aspek manajemen seperti keamanan data, privasi pengguna, strategi konten, dan interaksi dengan audiens menjadi semakin penting dalam menjaga integritas media sosial (Karunia et al., 2021).

Media sosial telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir dan telah menjadi sarana komunikasi yang sangat berpengaruh dalam masyarakat global. Penggunaan media sosial telah menjadi fenomena yang mendalam dalam konteks sosial dan budaya di Indonesia, yang sekarang menampilkan lebih dari 167 juta pengguna aktif pada awal tahun 2023. Data ini mencerminkan angka yang sangat signifikan, setara dengan 60,4% dari seluruh populasi di dalam negeri. Namun, mencatatkan fakta menarik, laporan We Are Social juga mencatat penurunan sebesar 12,57% dalam jumlah pengguna media sosial dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yang sebelumnya mencapai 191 juta individu. Ini menjadi penurunan pertama dalam satu dekade terakhir, meskipun perlu dicatat bahwa penyesuaian penting dalam sumber data pada Januari 2023 membuat data terbaru sulit dibandingkan dengan angka pada tahun-tahun sebelumnya (Statistik Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru, 2023).



Gambar 1: Jumlah Pengguna Aktif Media Social di Indonesia

Meskipun terjadi penurunan dalam jumlah pengguna media sosial, waktu yang dihabiskan dalam bermain media sosial di Indonesia tetap tinggi, mencapai rata-rata 3 jam 18 menit setiap harinya. Durasi ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan waktu terbanyak dalam berinteraksi dengan media sosial, menduduki peringkat kesepuluh di seluruh dunia. Selain itu, Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah pengguna internet pada Januari 2023, mencapai 212,9 juta, yang merupakan peningkatan sebesar 3,85% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Sebagian besar pengguna internet di Indonesia mengaksesnya melalui telepon genggam, dengan 98,3% pengguna memanfaatkannya. Rata-rata, orang Indonesia menghabiskan waktu selama 7 jam 42 menit setiap harinya dalam menjelajahi dunia internet, mencerminkan besarnya peran internet dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Dalam konteks ini, penelitian lebih lanjut tentang tren media sosial dan

internet di Indonesia menjadi sangat penting untuk memahami perubahan sosial dan perilaku pengguna dalam era digital ini (Shilvina Widi, 2023).

Kehadiran media sosial tidak hanya mempengaruhi bagaimana informasi disebarkan, tetapi juga bagaimana nilai-nilai dan ideologi dipromosikan di seluruh dunia. Islam adalah salah satu agama besar di dunia yang memiliki sejumlah pengikut yang besar dan beragam. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai agama Islam dan bagaimana manajemen media sosial dapat memainkan peran kunci dalam hal ini.

Pentingnya penyebaran nilai-nilai agama Islam melalui media sosial tidak dapat diabaikan. Media sosial memberikan platform yang luas untuk berbagi informasi, pemikiran, dan pandangan tentang agama Islam. Ini dapat memungkinkan umat Islam untuk berkomunikasi dengan sesama umat Muslim di seluruh dunia, menguatkan jaringan sosial mereka, dan memperkuat identitas agama mereka. Namun, seiring dengan peluang ini, juga ada risiko yang terkait dengan penyebaran nilai-nilai agama Islam melalui media sosial. Informasi yang tidak akurat atau ekstrem dapat dengan mudah menyebar dan menghasilkan konflik atau persepsi yang salah tentang agama ini. Oleh karena itu, manajemen media sosial yang bijak menjadi sangat penting dalam konteks ini.

Di sinilah keberadaan media sosial menjadi tantangan sekaligus peluang untuk pengembangan aktivitas dakwah. Selama ini kegiatan dakwah banyak dilakukan melalui media-media konvensional, seperti pengajian, jumatan, selamatan, dan pertemuan-pertemuan lainnya. Sehingga waktu dan jangkauan dakwahnya pun sangat terbatas. Kemudian dikembangkan model-model dakwah melalui media cetak, radio, film, dan televisi. Ini dapat menjangkau khalayak yang lebih banyak dan luas, tetapi terkendala tempat yang terbatas dan waktu yang dibatasi karena harus menyesuaikan dengan program-program lainnya yang ada dalam agenda siaran radio maupun televisi.

Meskipun dari segi intensitas kegiatan semakin semarak, terutama pada momen-momen Peringatan Hari-Hari Belas Islam (PHBI) seperti Maulidan, Rajaban, Nuzulul Quran, dan Hari Raya Idul Fitri dan Idul Adha. Bahkan yang menjadi komunikator pun beragam, bukan hanya dari kalangan kiai dan ustadz yang selama ini dianggap memiliki otoritas di bidang agama, juga banyak dari kalangan profesional seperti pejabat, politisi, bintang film, artis, dan selebritis. Tetapi tetap ruang dan waktu yang disediakan terbatas, sehingga hanya orang-orang tertentu yang bisa tampil dan mengisi acara tersebut melalui media radio maupun televisi.

Berbeda kalau aktivitas dakwah ini menggunakan media sosial, seperti Facebook, YouTube ataupun WhatsApp misalnya. Ini akan membuka kesempatan seluas-luasnya kepada siapapun untuk mengekspresikan aktivitas dakwahnya. Tentu hal ini menjadi peluang untuk menyebarluaskan ajaran agama sekaligus mempromosikan kecakapan dirinya dalam berdakwah. Sehingga sekarang ini,

banyak dai-dai atau ustadz-ustadz yang mendadak populer berkat aktivitas dakwahnya melalui media sosial. Maka media sosial menjadi saluran baru untuk mengekspresikan kegiatan dakwah bagi kalangan tertentu. Berdakwah melalui media sosial ini memberikan beberapa keuntungan, di antaranya dapat dilakukan kapan saja, serta khalayaknya pun sangat luas tidak terbatas dan mereka dapat mengaksesnya kapanpun dan di manapun. Misalnya mereka bisa membuka Facebook, YouTube atau WhatsApp yang berisi ceramah-ceramah keagamaan ketika waktu santai, istirahat, dan menjelang tidur. Sehingga sekarang ini bermunculan dai-dai atau penceramah-penceramah pendatang baru yang mendadak populer melalui ceramah-ceramah keagamaan yang ditayangkan melalui media sosial. Kalau sebelumnya kita mengenal sosok Aa Gym dan Ustadz Aam Amiruddin misalnya, sebagai dai-dai virtual yang sering menayangkan acara-acara ceramahnya melalui media digital. Sekarang ini kita mengenal dai-dai medsos yang sangat digandrungi oleh khalayak karena sering tampil ceramah keagamaan yang ditayangkan di Facebook atau YouTube, seperti Ustadz Abdul Somad, Adi Hidayat, dan Evie Effendi. Kalau kita mengklik ceramah-ceramah mereka di YouTube misalnya, ternyata sangat viral dan follower-nya (penggemarnya) hingga mencapai ratusan ribu bahkan jutaan orang. Sungguh suatu fenomena aktivitas dakwah melalui media dakwah yang sangat menggembirakan, karena dapat menjangkau semua kalangan terutama generasi now (zaman sekarang). Sehingga berkat aktivitas dakwahnya di YouTube, ketiga Ustadz tersebut banyak diundang juga untuk mengisi ceramah-ceramah keagamaan secara langsung di tengah-tengah Masyarakat (Rohman, 2019).

Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai agama, sementara manajemen media sosial yang bijak menjadi kunci dalam mengelola potensi dan risiko yang ada. Dengan demikian, artikel ini akan membahas peran penting media sosial dalam konteks ini dan bagaimana pengelolaan informasi yang efektif dapat membentuk dinamika sosial dan budaya di era digital.

2. Kerangka Teori

Pembelajaran Kontekstual

Media sosial mengacu pada platform dan teknologi online yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan bertukar konten dan informasi. Platform-platform ini memfasilitasi interaksi sosial dan jaringan antara individu, memungkinkan mereka untuk terhubung dengan orang lain, mengungkapkan diri, dan terlibat dalam berbagai aktivitas seperti berbagi foto, video, dan pendapat. Platform media sosial termasuk situs populer seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *YouTube*, di antara lain (Boyd & Ellison, 2007)

Menurut Kietzmann et al. (2011) media sosial menggunakan teknologi berbasis web dan mobile untuk menciptakan platform yang sangat interaktif di mana individu dan komunitas berbagi, menciptakan, mendiskusikan, dan memodifikasi

konten yang dihasilkan oleh pengguna. Media sosial memungkinkan orang untuk terhubung dan berinteraksi satu sama lain melalui berbagai objek yang dibagikan, seperti teks, gambar, video, suara, tautan, dan lokasi. Media sosial sebagai "model komunikasi online yang memungkinkan dan mendorong partisipasi aktif, kolaborasi, dan berbagi informasi" (O'Reilly, 2007).

Penyebaran nilai-nilai agama Islam di Indonesia dapat dilakukan melalui berbagai cara. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan cara mendakwah. Menurut Azyumardi Azra, penyebaran agama Islam yang terjadi di Nusantara dilakukan oleh para guru profesional maupun kaum sufi yang menyebarkan Islam di Indonesia, termasuk pulau Jawa. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi sumber ilmu pengetahuan agama Islam yang penting. Studi menunjukkan bahwa konvergensi media sosial dapat menjadi sumber ilmu pengetahuan agama Islam yang penting bagi pengguna media sosial (Ferlitasari et al., 2020).

Menurut Haidar Bagir, pendidikan agama Islam juga merupakan salah satu cara penyebaran nilai-nilai Islam. Pendidikan agama Islam merupakan pendidikan nilai sehingga nilai-nilai tersebut dapat tertanam pada diri mahasiswa, dengan pengembangan yang tepat, nilai-nilai tersebut dapat menjadi bagian dari karakter peserta didik. Selain itu, nilai-nilai Islam juga dapat disebarkan melalui budaya. Islam masuk ke Indonesia lengkap dengan budayanya, sehingga nilai-nilai Islam dapat disebarkan melalui budaya yang ada di Indonesia.

Dalam penyebaran nilai-nilai agama Islam, peran para ulama dan tokoh agama sangat penting. Menurut Haidar Bagir, para ulama dan tokoh agama dapat menjadi panutan bagi umat Islam dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Selain itu, peran pemerintah juga sangat penting dalam penyebaran nilai-nilai agama Islam. Pemerintah dapat memberikan dukungan dan fasilitas yang memadai bagi para ulama dan tokoh agama dalam menyebarkan nilai-nilai agama Islam (Rejeki et al., 2023).

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, kami menggunakan metode studi wawancara mahasiswa untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang pengaruh manajemen media sosial terhadap penyebaran nilai-nilai agama. Metode ini dipilih karena mahasiswa merupakan kelompok yang aktif dalam menggunakan media sosial dan sering terlibat dalam diskusi dan penyebaran konten terkait agama di platform-platform tersebut. Metode deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan aktivitas penyebaran Nilai-nilai Agama melalui media sosial yang marak belakangan ini dan dampaknya pada pemahaman keagamaan di masyarakat. Metode ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi langsung, wawancara, dan analisis data.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan wawancara dengan mahasiswa. Studi literatur melibatkan pembacaan dan analisis teori-teori terkait komunikasi dakwah dan media sosial yang terdapat dalam literatur-literatur yang relevan. Wawancara dengan mahasiswa dilakukan untuk mendapatkan perspektif mereka tentang penggunaan media sosial dalam penyebaran nilai-nilai agama. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer meliputi hasil wawancara dengan mahasiswa yang dilakukan dengan panduan pertanyaan terstruktur. Sedangkan data sekunder berupa teori-teori komunikasi dakwah dan media sosial yang relevan dengan topik penelitian.

Dengan menggunakan metode ini, kami berusaha untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana manajemen media sosial memengaruhi penyebaran nilai-nilai agama, serta bagaimana mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial menginterpretasikan dan mengalami pengaruh tersebut. Penelitian ini akan menghasilkan analisis yang mendalam tentang peran media sosial dalam konteks keagamaan yang bersumber dari data empiris dan literatur yang relevan.

4. Hasil dan Pembahasan

Penulis melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa FEB ULM untuk menggali data terkait fokus kajian artikel ini. Pembahasan mengenai Pengaruh Manajemen Media Sosial Dalam Penyebaran Nilai - Nilai Agama. Hasil pembahasan dari para responden cukup bervariasi.

Pertama, Dalam hal mengenai peran media sosial dalam menyebarkan nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa saat ini, tampaknya mayoritas responden memberikan tanggapan yang positif. Sebagian besar dari mereka berpendapat bahwa media sosial telah berperan cukup baik atau sangat membantu dalam menyebarkan nilai-nilai agama. Jawaban-jawaban ini menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran yang penting dalam membantu mahasiswa dalam mengakses berbagai ajaran dan nilai-nilai agama, terutama melalui ceramah dan konten terkait agama. Hal ini mencerminkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk menyebarkan pesan agama kepada generasi muda, terutama mahasiswa.

Selain itu, ada juga beberapa responden yang menganggap peran media sosial cukup aktif dalam menyebarkan nilai-nilai agama. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial digunakan secara luas sebagai alat untuk berdakwah dan membuat konten yang berhubungan dengan agama. Namun, perlu dicatat bahwa meskipun mayoritas responden memberikan tanggapan positif, penting untuk tidak mengabaikan potensi risiko dan dampak negatif yang mungkin terkait dengan penggunaan media sosial dalam konteks agama. Beberapa pertimbangan etika, intoleransi, dan polarisasi juga perlu diperhatikan dalam konteks ini. Oleh karena

itu, sementara media sosial dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam menyebarkan nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa, perlu adanya keseimbangan yang bijaksana dalam penggunaannya untuk memastikan pesan-pesan agama disampaikan dengan penuh rasa hormat dan toleransi.

Kedua, para mahasiswa memberikan gambaran tentang jenis konten atau informasi agama yang sering mereka temui di media sosial, sekaligus memberikan penilaian mengenai pengaruhnya terhadap pemahaman nilai-nilai agama. Sebagian besar responden menyatakan bahwa jenis konten yang sering mereka temui meliputi ceramah, cerita kehidupan Nabi Muhammad SAW, nabi-nabi sebelumnya, sholawat, ayat, hadis, dan juga ajakan untuk mengikuti seminar agama. Mereka merasa bahwa konten-konten ini cukup berpengaruh dalam meningkatkan pemahaman nilai-nilai agama. Hasil ini mencerminkan bahwa media sosial memberikan akses yang luas kepada berbagai informasi agama, yang dapat memperkaya pemahaman agama individu dan memperkuat keyakinan mereka.

Di sisi lain, beberapa responden juga menyebutkan adanya konten ringan seperti quotes dari Al-Qur'an dan hadis. Konten-konten semacam ini mungkin memiliki dampak yang lebih sederhana, tetapi tetap bisa memberikan inspirasi dan motivasi dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Kesimpulannya, pengaruh konten agama di media sosial terhadap pemahaman nilai-nilai agama dapat bervariasi tergantung pada jenis kontennya. Namun, secara umum, media sosial memungkinkan individu untuk mengakses informasi agama dengan lebih mudah dan luas, yang dapat berperan dalam memperdalam pemahaman mereka tentang agama dan memperkuat keyakinan keagamaan.

Ketiga, mahasiswa memberikan pandangan mereka tentang bagaimana manajemen media sosial, seperti penggunaan platform dan strategi komunikasi, memengaruhi penyebaran nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa. Mayoritas responden menyatakan bahwa manajemen media sosial cukup baik dalam mempengaruhi penyebaran nilai-nilai agama. Mereka mencatat bahwa strategi komunikasi yang baik dapat sangat memengaruhi bagaimana pesan agama disampaikan dan diterima oleh mahasiswa. Hal ini mencerminkan pentingnya penyampaian pesan agama yang jelas dan menarik untuk memastikan pesan tersebut tidak diabaikan atau dilewatkan oleh mahasiswa.

Beberapa orang juga menganggap manajemen media sosial, terutama penggunaan platform yang efektif, memiliki dampak positif dalam menarik perhatian mahasiswa terhadap nilai-nilai agama. Mereka menyatakan bahwa media sosial, jika dikelola dengan baik, dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai agama dan mempengaruhi pemahaman generasi muda. Kesimpulannya, manajemen media sosial dan strategi komunikasi yang tepat dapat memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi penyebaran nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa, dengan potensi untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran keagamaan mereka.

Keempat, mahasiswa diminta untuk berbagi pengalaman mereka mengenai pengaruh media sosial dalam mengubah atau memperdalam pemahaman mereka terhadap nilai-nilai agama. Beberapa responden menyebutkan bahwa mereka pernah mengalami pengaruh media sosial dalam hal ini. Mereka menyebutkan contoh-contoh konkret, seperti konten yang mengingatkan waktu sholat, potongan ceramah, penjelasan ayat atau hadis, dan postingan yang berkaitan dengan nilai-nilai agama. Ada juga yang menyatakan bahwa pengalaman tersebut membantu mereka untuk meningkatkan pemahaman dan praktik agama, serta memperbaiki diri dalam menjalankan ibadah.

Sebagian mahasiswa juga menunjukkan bahwa media sosial memberikan akses lebih luas ke beragam pandangan dan sumber informasi terkait agama, yang membantu mereka memahami nilai-nilai agama dengan lebih baik. Namun, beberapa di antara mereka juga mencatat pentingnya seleksi sumber informasi yang bijak, karena media sosial juga dapat menjadi tempat di mana pandangan ekstrem atau bias tersebar. Kesimpulannya, pengaruh media sosial terhadap pemahaman nilai-nilai agama bisa sangat bervariasi, tergantung pada jenis konten yang diakses, tingkat pemahaman awal, dan kualitas informasi yang ditemukan. Namun, secara keseluruhan, media sosial telah menjadi salah satu alat yang dapat membantu individu dalam memperdalam pemahaman mereka tentang nilai-nilai agama.

Terakhir, mahasiswa diminta untuk memberikan saran atau rekomendasi mengenai bagaimana manajemen media sosial dapat dioptimalkan untuk mendukung pemahaman dan penyebaran nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa. Sebagian besar mahasiswa memberikan saran yang mencakup beberapa tema utama. Pertama, mereka menyoroti pentingnya penyesuaian konten dengan target anak muda, dengan fokus pada tampilan yang menarik, seperti konten audiovisual atau video cerita. Ini mencerminkan kebutuhan untuk memahami preferensi audiens muda dan menyusun konten yang sesuai dengan preferensi mereka. Kedua, beberapa responden menekankan pentingnya komunikasi yang baik dalam penyampaian nilai-nilai agama dan kualitas konten. Ini menunjukkan pentingnya pengelolaan media sosial yang cermat dan berfokus pada pesan yang bermutu untuk menarik perhatian mahasiswa.

Beberapa dari mereka juga menyarankan untuk menggunakan media sosial secara optimal, memilih platform yang sering diakses oleh banyak pengguna, dan melakukan kajian rutin. Saran-saran ini mencerminkan pentingnya strategi dan manajemen yang matang dalam menggunakan media sosial untuk tujuan penyebaran nilai-nilai agama. Selain itu, beberapa mahasiswa menekankan pentingnya memastikan konten yang diunggah sesuai dengan nilai-nilai agama untuk menghindari kesalahpahaman atau penyesatan. Saran yang umum adalah untuk mempromosikan nilai-nilai agama yang mendorong toleransi, perdamaian, dan empati dalam pesan-pesan yang disampaikan. Kesimpulannya, saran-saran dari responden menunjukkan pentingnya perhatian yang cermat dalam memanfaatkan media sosial untuk tujuan agama, dengan penekanan pada kualitas konten, target audiens, dan pesan yang positif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa mengenai peran media sosial dalam penyebaran nilai-nilai agama, dapat disimpulkan bahwa media sosial memainkan peran yang signifikan dalam mendukung pemahaman dan penyebaran nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa. Mayoritas responden menyatakan bahwa media sosial memberikan akses yang luas kepada berbagai konten agama, seperti ceramah, ayat, hadis, dan konten berkaitan agama, yang secara positif memperkaya pemahaman mereka tentang agama dan memperkuat keyakinan keagamaan. Selain itu, manajemen media sosial yang bijak, termasuk penyesuaian konten dengan preferensi audiens muda dan strategi komunikasi yang efektif, dapat memengaruhi cara pesan agama disampaikan dan diterima oleh mahasiswa. Namun, penting untuk tetap waspada terhadap potensi risiko dan dampak negatif, seperti penyebaran pandangan ekstrem, polarisasi, atau penyesatan. Oleh karena itu, penggunaan media sosial dalam konteks agama perlu dilakukan dengan bijak dan selektif untuk memastikan pesan-pesan agama disampaikan dengan penuh rasa hormat dan toleransi.

5. Simpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam penyebaran nilai-nilai agama, terutama di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Mayoritas responden menyatakan bahwa media sosial memainkan peran positif dalam menyebarkan pesan-pesan agama, memberikan akses yang luas kepada konten agama, seperti ceramah, ayat, hadis, dan berbagai materi terkait agama. Penggunaan media sosial yang bijak, termasuk penyesuaian konten dengan preferensi audiens muda dan strategi komunikasi yang efektif, dapat memengaruhi bagaimana pesan agama disampaikan dan diterima.

Namun, penting untuk diingat bahwa penggunaan media sosial juga dapat membawa potensi risiko, seperti penyebaran pandangan ekstrem atau polarisasi. Oleh karena itu, manajemen media sosial yang bijak dan selektif sangat diperlukan untuk memastikan bahwa pesan-pesan agama disampaikan dengan rasa hormat dan toleransi. Dalam konteks ini, rekomendasi yang diberikan oleh responden, seperti penyesuaian konten dengan target anak muda, penggunaan platform yang efektif, dan fokus pada pesan yang positif, dapat menjadi panduan yang berharga dalam mengoptimalkan manajemen media sosial untuk mendukung penyebaran nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam penyebaran nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh media sosial, perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk memanfaatkan potensi positif media sosial dalam mendukung pemahaman agama di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, M. D., & Ellison, B. N. (2007). Social network sites :definition,history,and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1).
- [EDISI 2023] Statistik Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru. (2023, May 4). <https://www.blog.slice.id/>.
- Ferlitasari, R., Suhandi, & Rosana, E. (2020). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA (Studi Pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung). *Sosio Religia: Jurnal Sosiologi Agama* , 01(2). <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/sr>
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- O'Reilly, T. (2007). Munich Personal RePEc Archive What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *COMMUNICATIONS & STRATEGIES*, 1(65).
- Rejeki, S., Malik, A., & Fakhurrozi. (2023). Nilai-Nilai Agama dalam Kajian Renungan Senja RRI Mataram (Kajian Antropologi Agama Pada Masyarakat Islam Kota Mataram). *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(1), 1–6. <http://jiip.stkipyapisdompnu.ac.id>
- Rohman, D. A. (2019). KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 121–132.
- Shilvina Widi. (2023, February 3). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. <https://dataindonesia.id/>.

ITEM PERNYATAAN WAWANCARA DENGAN RESPONDEN

1.	Bagaimana Anda melihat peran media sosial dalam menyebarkan nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa saat ini?
2.	Apa saja jenis-jenis konten atau informasi agama yang sering Anda temui di media sosial, dan bagaimana Anda merasa pengaruhnya terhadap pemahaman nilai-nilai agama?
3.	Menurut Anda, bagaimana manajemen media sosial, seperti penggunaan platform atau strategi komunikasi, memengaruhi penyebaran nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa?
4.	Apakah Anda pernah mengalami pengaruh media sosial dalam mengubah atau memperdalam pemahaman Anda terhadap nilai-nilai agama? Jika ya, bagaimana itu terjadi?
5.	Apa saran atau rekomendasi Anda untuk mengoptimalkan manajemen media sosial dalam mendukung pemahaman dan penyebaran nilai-nilai agama di kalangan mahasiswa?