BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Berdasarkan laporan Data Reportal, Indonesia memiliki sekitar 139 juta pengguna aktif Instagram, menjadikannya sebagai negara dengan pengguna Instagram terbesar keempat di dunia. Dari jumlah tersebut, kelompok usia 18–24 tahun menempati proporsi paling dominan, yaitu 34,6% dari total pengguna.[1] Ini menunjukkan bahwa mahasiswa dan kalangan muda lainnya merupakan pengguna utama *platform* ini. Tidak hanya sebagai sarana hiburan, Instagram juga digunakan untuk berbagi informasi, membentuk opini, hingga mengekspresikan identitas diri. Fenomena ini juga merambah ke lingkungan pesantren mahasiswa, di mana santri tidak lagi terbatas pada interaksi tradisional, tetapi aktif dalam jejaring media sosial, termasuk mengakses konten keagamaan melalui Instagram.

Perkembangan ini turut mempengaruhi cara dakwah dijalankan. Para dai dan lembaga dakwah kini mulai merancang strategi komunikasi keagamaan yang menyesuaikan karakteristik pengguna digital, termasuk melalui visualisasi yang menarik dan penggunaan bahasa populer. Studi yang dilakukan oleh Mastanah menemukan bahwa dakwah digital di Instagram mengalami peningkatan signifikan dalam tiga tahun terakhir, baik dari sisi produksi konten maupun jangkauan audiens.[2] Model komunikasi satu arah yang dulu mendominasi kegiatan dakwah kini bergeser menjadi dialogis dan partisipatif. Hal ini mencerminkan adanya pergeseran dari pola dakwah konvensional ke pola dakwah digital yang lebih interaktif dan adaptif terhadap gaya hidup pengguna media sosial.

---

[1] Simon Kemp, "Digital 2024: Indonesia," Data Reportal, 2024, Https://Datareportal.Com/Reports/Digital-2024-Indonesia.

[2] Mastanah Mastanah Et Al., "Transformasi Dakwah Islami: Instagram Sebagai Media Tausiah Generasi Milenial," *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 12, No. 04 (2023).

Meskipun perkembangan tersebut membawa peluang besar dalam penyebaran pesan Islam, terdapat tantangan yang tidak dapat diabaikan. Salah satu risiko utama adalah beredarnya konten dakwah yang minim verifikasi, mengandung ujaran kebencian, atau menyederhanakan ajaran agama menjadi narasi populis yang manipulatif. Studi yang dilakukan oleh Tri Adelia pada tahun 2022 yang membahas tentang persepsi mahasiswa mengenai konten *hate speech* di media sosial Instagram menunjukkan bahwa konten yang memuat ujaran kebencian menjadi sebuah persoalan yang dijumpai dalam penggunaan media sosial. Walaupun penelitian tersebut memiliki fokus pada persepsi mahasiswa mengenai konten *hate speech*, temuan ini relevan untuk menunjukkan bahwa beredarnya pesan yang dapat menimbulkan konflik maupun perbedaan pandangan dapat terjadi juga di ruang Instagram.[3] Di sisi lain, banyak konten keagamaan justru lebih menekankan aspek estetika visual tanpa memperhatikan akurasi pesan. Ketidakseimbangan antara daya tarik visual dan kedalaman substansi ini menjadi permasalahan tersendiri, terutama bagi pengguna muda yang belum memiliki kemampuan filterisasi informasi secara baik.

Berdasarkan temuan riset dan laporan lembaga pemeriksa fakta, penyebaran informasi palsu (hoaks) masih menjadi masalah signifikan di Indonesia, termasuk yang berkaitan dengan tema keagamaan. Analisis terhadap 997 kasus hoaks yang beredar di Indonesia pada tahun 2018 menunjukkan bahwa hoaks dengan tema agama menempati posisi kedua terbanyak, setelah politik, yakni sebesar 11,94% dari seluruh hoaks yang teridentifikasi dalam periode tersebut.[4] Selain itu, studi lain menemukan bahwa 95,5% responden dari generasi milenial dan Generasi Z melaporkan pernah melihat, membaca, atau mendengar hoaks keagamaan di media

[3] Adellia Tri, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Hate Speech Di Media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung)" (Uin Raden Intan Lampung, 2022).

[4] Priska Nur Safitri, "When Politics and Religion Become Disaster: An Annual Mapping of Hoax in Indonesia," *ULTIMACOMM: Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2021): 343–57.

sosial, yang memperlihatkan bahwa hoaks bertema keagamaan benar-benar banyak dikonsumsi melalui *platform* digital.[5]

Data dari Komisi Nasional Republik Indonesia juga menguatkan bahwa hoaks merupakan fenomena yang terus berlanjut dalam beberapa tahun terakhir. Laporan identifikasi konten hoaks oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan bahwa dalam kurun Agustus 2018 hingga Desember 2023, sebanyak 12.547 konten hoaks telah ditangani, termasuk kategori isu keagamaan yang termasuk dalam ratusan kasus hoaks yang terverifikasi.[6] Temuan-temuan ini memberikan bukti bahwa informasi yang bermuatan kebohongan tetap beredar secara luas di media sosial, dan bahwa konten dengan muatan religius merupakan bagian dari dinamika tersebut.

Fenomena ini relevan secara khusus dalam konteks dakwah digital di Instagram, karena *platform* media sosial berperan ganda sebagai ruang penyebaran informasi agama sekaligus potensi penyebaran konten yang bersifat menyesatkan atau *clickbait*. Keberadaan hoaks yang banyak dikonsumsi, terutama di kalangan milenial dan pengguna media sosial aktif, menjadi alasan kuat untuk meneliti sejauh mana literasi media santri dapat memengaruhi sikap kritis mereka dalam menyikapi konten dakwah digital yang dikonsumsi.[7]

Dalam situasi tersebut, kemampuan literasi media menjadi sangat penting, terutama bagi mahasiswa dan santri yang setiap hari terpapar oleh berbagai informasi keagamaan digital. Literasi media tidak sekadar soal kemampuan mengakses informasi, tetapi mencakup kemampuan untuk menganalisis, mengevaluasi, dan merefleksikan pesan yang diterima dari media. Menurut Renee Hobbs individu dengan tingkat literasi media yang tinggi mampu membedakan fakta dari opini, serta tidak mudah terpengaruh

[5] Nikolaus Ageng Prathama, "Indonesia's Public Vulnerability to Ethnic and Religious Information," *ASPIKOM* 10, no. 2 (2025): 185–202.

[6] Kompas.com, "Kominfo Temukan 12.547 Konten Hoaks 5 Tahun Terakhir, Terbanyak Soal Kesehatan Dan Penipuan," Kompas.com, 2024.

[7] Safitri, "When Politics and Religion Become Disaster: An Annual Mapping of Hoax in Indonesia."

oleh teknik persuasif media.[8] Hal ini sangat relevan dalam konteks dakwah digital, di mana pemahaman terhadap pesan keagamaan memerlukan sikap kritis dan kesadaran terhadap berbagai lapisan makna yang terkandung di dalamnya. Literasi media berperan sebagai alat proteksi intelektual bagi mahasiswa dan santri dalam menjaga kemurnian pemahaman terhadap ajaran Islam di tengah derasnya arus informasi digital.

Penggunaan media digital mengenai literasi media juga dapat dilihat dari hasil pengukuran Indeks Masyarakat Komunikasi dan Digital (IMDI) Tahun 2025 yang diterbitkan oleh Kementrian Komunikasi dan Digital. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 30,3% responden belum memastikan mengenai kredibilitas sumber informasi di media digital, sedangkan sebanyak 28,8% responden belum dapat memverifikasi kebenaran informasi yang mereka dapatkan dari media digital. temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan masyarakat dalam menggunakan media digital belum sepenuhnya diiringi dengan kekampuan mengevaluasi sumber dan memeriksa kebenaran informasi. Kondisi tersebut relevan dengan aspek literasi media, khususnya pada kemampuan dalam memahami, menganalisis dan mengevaluasi pesan media sebelum informasi diterima maupun disebarluaskan.[9]

Selain literasi media, kemampuan bersikap kritis dalam menerima sebuah informasi juga menjadi perhatian penting, terutama apabila informasi tersebut berkaitan dengan bahasan agama. Berdasarkan data dari Kementrian Komunikasi dan Informatika, sepanjang Agustus 2018 sampai Desember 2023 terdapat 12.547 konten hoaks yang telah terindentifikasi dan ditangani melalui Tim AIS Direktorat Jendral Aplikasi Informatika. Dari jumlah tersebut, sebanyak 348 konten termasuk ke dalam kategori

[8]Renee Hobbs, *Create to Learn: Introduction to Digital Literacy* (John Wiley & Sons, 2017).

[9] Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementrian Komunikasi dan digital. (2025). *Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) 2025.* Kementrian Komunikasi Digital.

pembahasan agama.[10] Dari data tersebut dapat dilihat bahwa informasi keagamaan menjadi salah satu bagian dari persoalan penyebaran informasi hoaks yang tersebar di ruang digital. Keadaan ini menunjukkan pentingnya untuk menggunakan kemampuan dalam menelaah argumentasi, memeriksa kredibilitas sumber, mengenali kemungkinan penyimpangan informasi, serta mempertimbangkan isi pesan sebelum menentukan sikap. Dengan demikian diperlukanlah sikap kritis bagi setiap para pengguna agar tidak menerima informasi keagamaan yang hanya dilihat dari tampilan, popularitas, maupun cara penyampaian kontennya saja.

Kedua data tersebut memberikan gambaran bahwa penggunaan media digital tidak hanya berkaitan dengan kemudahan dalam memperoleh sebuah informasi, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan setiap individu dalam mengolah dan menilai suatu informasi dengan bertanggung jawab. Dalam penelitian ini, literasi media menjadi kemampuan yang diperlukan oleh setiap santri untuk mengakses, memahami, menganalisis dan mengevaluasi setiap konten dakwah yang ditemukan memalui media sosial Instagram. Sementara itu, sikap kritis diperlukan agar setiap santri dapat menilai argumentasi dan bukti, mengevaluasi kredibilitas sumber, menyadari kemungkinan bias atau manipulasi pesan, serta melakukan refleksi sebelum menentukan sikap.

Oleh karena itu, kedua aspek tersebut menjadi sangat relevan bagi santri, dimana mereka dipertemukan dengan kegiatan Pendidikan dan pengkajian keislaman dengan disertai perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Menariknya, di Kecamatan Cibiru Kota Bandung terdapat sejumlah pondok pesantren mahasiswa yang secara aktif berinteraksi dengan media sosial dan menghadapi dinamika dakwah digital dalam kehidupan keseharian santrinya. Beberapa pesantren mahasiswa di kawasan ini telah mulai memperkenalkan nilai-nilai literasi media, baik melalui

[10] Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2024, 2 Januari). *Siaran Pers no. 02/HM/KOMINFO/01/2024 tentang hingga akhir 2023 kominfo tangani 12.547 isu hoaks.*

kegiatan formal maupun pembiasaan nonformal, sebagai upaya membekali santri agar lebih cermat dalam memahami dan menyikapi informasi keagamaan yang beredar di media sosial. Berdasarkan hasil observasi awal, santri di lingkungan pesantren mahasiswa Kecamatan Cibiru memiliki tingkat keterpaparan yang tinggi terhadap konten dakwah di Instagram, termasuk konten yang bersifat edukatif maupun yang cenderung simplistis dan provokatif. Kondisi tersebut menjadikan pesantren mahasiswa di Kecamatan Cibiru sebagai konteks yang relevan dan strategis untuk meneliti sejauh mana literasi media yang dimiliki santri berpengaruh terhadap sikap kritis mereka dalam menyikapi konten dakwah yang beredar di Instagram.

Fenomena "ustadz viral", "dakwah instan", dan konten *clickbait* keagamaan di Instagram semakin marak dalam waktu dekat. Praktik tersebut umumnya menggunakan judul atau tampilan visual memancing minat pengguna tanpa menyertakan substansi mendalam. Hasil penelitian di *platform* Instagram menunjukkan praktik *clickbait* ini secara rutin digunakan penerbit konten demi menarik perhatian dalam persaingan yang ketat di media sosial visual.[11] Tipe konten seperti ini cenderung menyederhanakan ajaran agama menjadi narasi ringan yang mudah dicerna, namun dapat menyesatkan jika tidak disikapi secara kritis.

Penelitian lain yaitu dalam Rafidhah Hanum yang menyelidiki perilaku santri dan mahasiswa menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil dari populasi yang mampu menyaring bias konten dakwah di Instagram. Misalnya, Rafidhah Hanum menemukan bahwa dua dari sembilan mahasiswa KPI UIN Banda Aceh masih kesulitan dalam mengenali hoaks atau bias media dalam pesan keagamaan di WhatsApp dan Instagram.[12] Ini mencerminkan adanya kecenderungan penerimaan pasif terhadap narasi keagamaan yang belum melalui proses verifikasi atau evaluasi.

---

[11] Yui Ha Et Al., "Characterizing Clickbaits On Instagram," In *Proceedings Of The International Aaai Conference On Web And Social Media*, Vol. 12, 2018.

[12] Rafidhah Hanum, "Literasi Media Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Dalam Meminimalkan Hoax" (Uin Ar-Raniry, 2021).

Secara umum, studi mengenai literasi media telah banyak dilakukan, terutama dari sisi teknis maupun kemampuan mahasiswa dalam menggunakan media. Namun, korelasinya dengan sikap kritis terhadap konten dakwah di Instagram masih minim. Sebagai contoh, penelitian Hanum di atas berfokus pada kemampuan deteksi hoaks, tetapi tidak mengukur seberapa jauh keterampilan tersebut berimplikasi pada sikap kritis terhadap konten dakwah. Studi komprehensif yang menjembatani kedua aspek ini, khususnya di ranah Instagram, belum ditemukan secara luas.

Lebih jauh, kelompok santri pesantren mahasiswa merupakan populasi yang unik. Di satu sisi populasi berada pada persimpangan antara tradisi pesantren dan tantangan digital modern, namun belum banyak dijadikan objek dalam penelitian kuantitatif. Mirza Azkia mengamati tingginya ketertarikan mahasiswa terhadap konten media sosial,[13] tetapi belum meneliti bagaimana literasi media memengaruhi kemampuan dalam berpikir kritis terhadap konten dakwah. Posisi populasi sebagai calon intelektual muslim membuat studi kuantitatif tentang literasi media dan sikap kritis menjadi sangat mendesak.

Di tengah derasnya arus informasi keagamaan yang beredar di media sosial, mendesak adanya upaya strategis dalam membentuk generasi santri yang tidak hanya menguasai ilmu keislaman, tetapi juga memiliki kecakapan dalam menyaring pesan dakwah digital. Sebagaimana di jelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 42:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Artinya:
"Janganlah kamu mencampuradukkan kebenaran dengan kebathilan dan (jangan pula) kamu sembunyikan kebenaran, sedangkan kamu mengetahui-Nya"

[13] Mirza Azkia Muhammad Adiba, "Kompetensi Literasi Media Dalam Terpaan Dakwah Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya," N.D.

Ayat tersebut menegaskan bahwa umat Islam tidak diperbolehkan mencampuradukkan kebenaran dengan kebatilan. Untuk mampu membedakan keduanya, diperlukan kemampuan berpikir kritis serta ketelitian dalam menganalisis informasi. Individu dituntut untuk dapat mengenali mana informasi yang benar dan mana yang tidak, serta tidak menyembunyikan kebenaran demi kepentingan pribadi maupun golongan.

Kemampuan berpikir kritis menjadi fondasi penting agar tidak mudah terpengaruh oleh konten yang bersifat simplistis, provokatif, atau bahkan menyimpang. Kecakapan ini relevan dengan tujuan pendidikan pesantren modern yang bukan sekadar membina aspek spiritual, tetapi juga membekali santri dengan daya nalar yang kuat dalam menghadapi perubahan zaman.[14]

Penelitian ini menjadi signifikan karena berupaya mengkaji sejauh mana literasi media yang dimiliki santri pondok pesantren mahasiswa berpengaruh terhadap pembentukan sikap kritis mereka dalam menyikapi konten dakwah di instagram. Literasi media dalam konteks ini tidak dipahami semata-mata sebagai keterampilan teknis dalam mengakses media, melainkan sebagai kapasitas kognitif dan reflektif yang memungkinkan santri menganalisis, mengevaluasi, serta mempertimbangkan pesan keagamaan yang diterima melalui media sosial. Dengan demikian, menelaah hubungan antara literasi media dan sikap kritis santri menjadi penting untuk memahami bagaimana santri merespons dinamika dakwah digital yang semakin kompleks di ruang media sosial.

Penelitian ini secara khusus diarahkan untuk mengkaji hubungan antara literasi media dan sikap kritis santri terhadap konten dakwah di Instagram, dengan objek kajian santri pondok pesantren mahasiswa di Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Kawasan ini dipilih karena memiliki beberapa pondok pesantren mahasiswa dengan karakteristik santri yang relatif homogen dari sisi latar keislaman, namun aktif sebagai pengguna media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut menjadikan santri

[14] Iswati Iswati, "Upaya Islamisasi Ilmu Pengetahuan Dan Implikasinya Terhadap Pendidikan Islam," *At-Tajdid: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam* 1, No. 01 (2017).

pondok pesantren mahasiswa di Kecamatan Cibiru sebagai subjek yang representatif untuk meneliti bagaimana kapasitas literasi media memengaruhi pola penerimaan, penilaian, dan sikap kritis terhadap konten dakwah digital yang dikonsumsi melalui Instagram.

B. Perumusan Masalah

Penyebaran konten dakwah melalui Instagram telah menjadi bagian dari kehidupan santri pondok pesantren mahasiswa. Namun, banyaknya konten dakwah yang dikemas secara instan, provokatif, dan kurang didukung landasan keilmuan yang memadai berpotensi memengaruhi pemahaman keagamaan santri jika tidak disikapi secara kritis. Di Pondok Pesantren Mahasiswa Kecamatan Cibiru Kota Bandung, santri berada pada lingkungan yang memadukan tradisi pendidikan Islam dengan penggunaan media sosial yang tinggi. Meskipun literasi media dianggap penting untuk menyaring dan menilai informasi keagamaan di media sosial, pengaruhnya terhadap sikap kritis santri dalam menyikapi konten dakwah di Instagram masih belum banyak diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengukur dan menjelaskan pengaruh literasi media terhadap sikap kritis santri dalam menghadapi konten dakwah digital khususnya di media sosial Instagram.

Dari identifikasi masalah itu, terumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa tinggi tingkat literasi media santri pondok pesantren mahasiswa di Kecamatan Cibiru Kota Bandung dalam menyikapi konten dakwah di Instagram?
2. Seberapa kuat sikap kritis santri pondok pesantren mahasiswa di Kecamatan Cibiru Kota Bandung dalam menilai konten dakwah yang dikonsumsi melalui Instagram?
3. Seberapa besar pengaruh literasi media terhadap sikap kritis santri pondok pesantren mahasiswa dalam menyikapi konten dakwah di Instagram?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengukur tingkat literasi media santri pondok pesantren mahasiswa di Kecamatan Cibiru Kota Bandung dalam menyikapi konten dakwah di Instagram.
2. Mengukur tingkat sikap kritis santri pondok pesantren mahasiswa di Kecamatan Cibiru Kota Bandung dalam menilai konten dakwah yang dikonsumsi melalui Instagram.
3. Menganalisis besarnya pengaruh literasi media terhadap sikap kritis santri pondok pesantren mahasiswa dalam menyikapi konten dakwah di Instagram.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dirancang tidak hanya untuk memberikan kontribusi akademik dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam, tetapi juga sebagai bentuk respons praktis terhadap dinamika dakwah digital di kalangan santri. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kegunaan dalam dua ranah utama sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
   a) Memberikan sumbangan kajian dalam ranah literasi media Islam yang mengaitkan kemampuan memahami media dengan sikap kritis terhadap konten keagamaan.
   b) Menjadi referensi bagi pengembangan pendekatan-pendekatan komunikasi dakwah berbasis analisis media dan perilaku audiens muda Muslim.
   c) Mendorong lahirnya penelitian lanjutan yang lebih mendalam dalam bidang literasi digital keagamaan di lingkungan pesantren mahasiswa
2. Kegunaan Praktis
   a) Menjadi bahan evaluasi terhadap efektivitas program literasi media di Pondok Pesantren Mahasiswa di Kecamatan Cibiru.

b) Memberikan masukan bagi pengelola lembaga pendidikan Islam dalam merancang kurikulum atau pelatihan literasi media yang lebih adaptif terhadap tantangan digital.
c) Membantu para pendidik dan pendakwah dalam memahami bagaimana santri merespons konten dakwah digital, sehingga penyampaian pesan keagamaan bisa lebih tepat sasaran dan mendidik secara intelektual.

E. Batasan Masalah dan Definisi Operasional

Dalam sebuah penelitian kuantitatif, penting untuk mempertegas ruang lingkup dan kejelasan konsep agar hasil analisis dapat terukur serta dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis. Oleh karena itu, peneliti memandang perlu menetapkan batasan masalah secara spesifik, serta mendefinisikan secara operasional setiap variabel yang digunakan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa proses pengumpulan data, analisis, dan interpretasi berada dalam jalur yang konsisten dan terarah.

1. Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada hubungan antara literasi media dan sikap kritis mahasiswa terhadap konten dakwah yang tersebar di Instagram, dengan subjek penelitian terbatas pada santri Pondok Pesantren Mahasiswa se-Kecamatan Cibiru, yang telah mendapatkan pembinaan dalam bidang literasi media. Penelitian ini tidak mencakup analisis pada platform media sosial lain seperti TikTok, YouTube, atau X (Twitter), dan tidak menelaah aspek produksi konten dakwah oleh santri, melainkan hanya pada aspek persep/si dan respons kritis mereka terhadap konten yang mereka konsumsi. Selain itu, pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatori, sehingga dimensi yang dikaji terbatas pada pengukuran hubungan antar variabel, bukan eksplorasi makna secara mendalam seperti pada pendekatan kualitatif.

2. Definisi Operasional

Agar setiap variabel dalam penelitian ini memiliki kejelasan dalam hal pengukuran, maka berikut ini adalah definisi operasional dari masing-masing konsep utama yang digunakan:

a) Literasi Media, dalam penelitian ini merujuk pada kemampuan individu dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi pesan dalam berbagai bentuk media. Literasi media dianggap sebagai kompetensi kognitif dan afektif yang membantu individu menavigasi dunia informasi digital secara kritis dan etis. Definisi ini mengacu pada kerangka kerja yang dikembangkan oleh Renee Hobbs, yang menekankan lima kompetensi utama literasi media: access, analyze, evaluate, create, dan act.

b) Sikap Kritis terhadap Konten Dakwah, merujuk pada kemampuan santri dalam menilai isi pesan dakwah secara objektif, reflektif, dan argumentatif. Sikap ini mencerminkan adanya kecenderungan untuk tidak menerima begitu saja informasi keagamaan yang diterima, melainkan mengevaluasinya berdasarkan sumber, logika pesan, dan kesesuaiannya dengan prinsip ajaran Islam. Dalam penelitian ini, indikator sikap kritis disusun berdasarkan aspek berpikir kritis menurut Robert H. Ennis, yaitu menilai argument, kredibilitas sumber alasan, asumsi dan menentukan sikap.

c) Konten Dakwah di Instagram, didefinisikan sebagai bentuk komunikasi keagamaan yang disampaikan melalui akun-akun publik di platform Instagram, dalam bentuk teks, gambar, video pendek, atau reels yang memuat pesan keislaman. Konten ini dapat berasal dari lembaga resmi, tokoh agama, selebgram muslim, maupun akun personal yang aktif dalam menyebarkan pesan dakwah. Konten dakwah yang dimaksud dalam penelitian

ini mencakup baik konten dengan narasi moderat, populis, hingga konten yang berpotensi provokatif atau problematis.

F. Kerangka Pemikran

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam pola komunikasi keagamaan. Di era media sosial, dakwah tidak lagi terbatas pada ruang masjid, mimbar, atau majelis ilmu formal, tetapi hadir di linimasa *platform* seperti Instagram dengan berbagai bentuk visual, caption pendek, hingga potongan video berdurasi singkat. Dalam situasi ini, pemaknaan terhadap pesan keagamaan tidak cukup hanya dilakukan dengan pendekatan tekstual, tetapi memerlukan kemampuan untuk memahami karakteristik media itu sendiri. Oleh karena itu, kemampuan literasi media menjadi penting sebagai prasyarat untuk bersikap kritis terhadap konten dakwah yang dikonsumsi secara daring.

Literasi media, sebagaimana dijelaskan Renee Hobbs, mencakup kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, dan merefleksikan isi pesan yang dikemas oleh media.[15] Literasi ini menjadi semakin krusial ketika objek yang dikonsumsi adalah pesan keagamaan yang dapat berimplikasi pada cara berpikir, berperilaku, bahkan berkeyakinan seseorang. Di sinilah aspek kritisisme mengambil peran. Sikap kritis bukan sekadar keraguan terhadap informasi, tetapi sebuah kecakapan intelektual yang memungkinkan individu menganalisis pesan dakwah, membandingkan sumber, serta menguji relevansi dan otoritas penyampainya.[16]

Media sosial seperti Instagram, dengan karakteristiknya yang serba instan, visual, dan berbasis algoritma popularitas, mendorong beredarnya konten dakwah yang tidak semuanya bersandar pada otoritas keilmuan. Ustadz viral atau penceramah digital sering memperoleh panggung luas tanpa proses seleksi ilmiah. Dalam kondisi demikian, literasi media bukan hanya kompetensi pendukung, tetapi menjadi fondasi agar santri mampu

[15] Renee Hobbs, *Create to Learn: Introduction to Digital Literacy* (John Wiley & Sons, 2017).

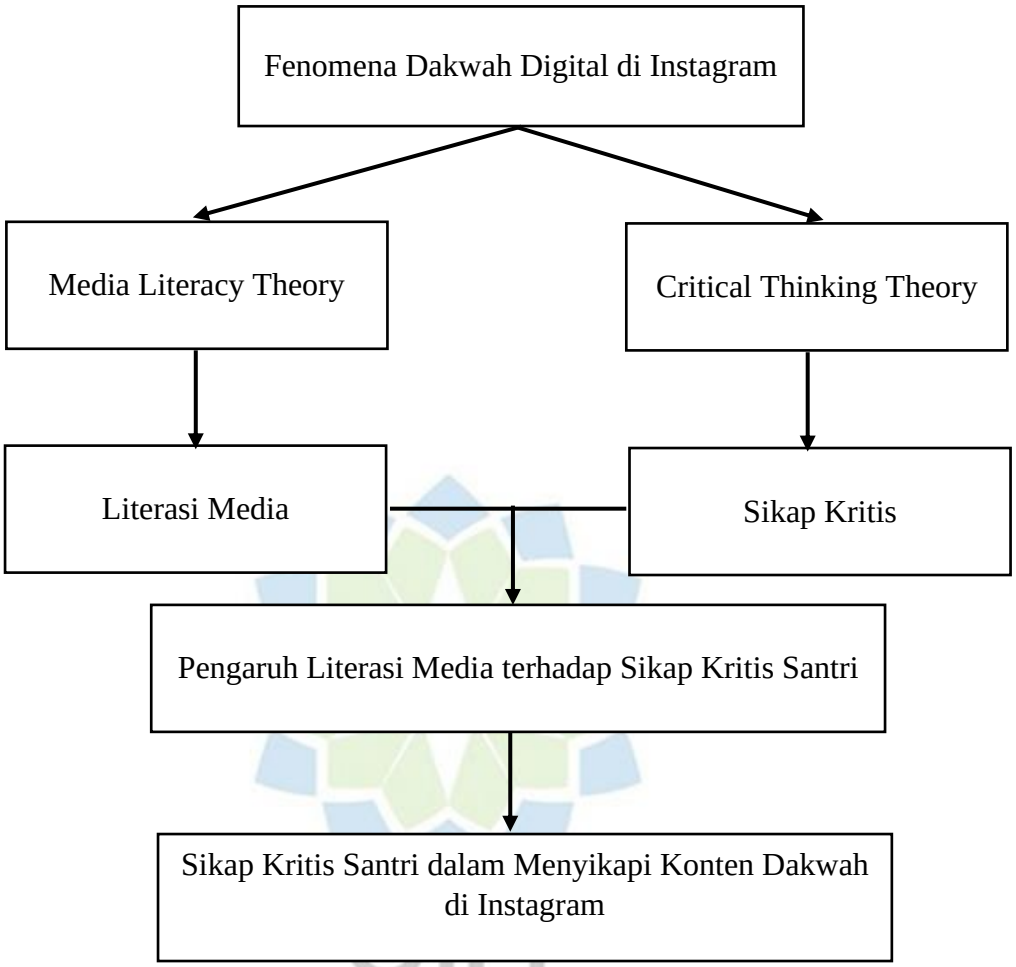
[16] Robert H Ennis, "The Nature of Critical Thinking: An Outline of Critical Thinking Dispositions and Abilities," *University of Illinois* 2, no. 4 (2011): 1–8.

membedakan antara pesan dakwah yang bersifat substansial dengan konten yang bersifat sensasional.

Berdasarkan logika tersebut, kerangka berpikir dalam penelitian ini menempatkan literasi media sebagai variabel bebas yang diasumsikan berpengaruh terhadap sikap kritis santri terhadap konten dakwah di Instagram sebagai variabel terikat. Semakin tinggi tingkat literasi media seorang santri, meliputi kemampuan akses, analisis, evaluasi, dan produksi ulang pesan, maka semakin besar potensi munculnya sikap kritis dalam menerima, menilai, atau bahkan merespons konten dakwah digital secara proporsional. Hubungan ini akan diuji secara empiris melalui pendekatan kuantitatif untuk mengetahui sejauh mana literasi media berkontribusi terhadap pembentukan sikap kritis dalam konteks konten keagamaan yang tersebar di media sosial, dengan objek kajian santri Pondok Pesantren Mahasiswa di Kecamatan Cibiru.

Untuk melihat alur sederhana dari logika kerangka berpikir penelitian ini, dapat dilihat dari gambar berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



Gambar 1. Alur Kerangka Berpikir (Sumber: Dokumen Pribadi)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang didasarkan pada teori dan kajian pustaka yang relevan, sehingga kebenarannya masih perlu dibuktikan melalui pengumpulan dan analisis data empiris. Dengan demikian, hipotesis dapat dipahami sebagai dugaan teoritis mengenai hubungan antarvariabel yang diteliti.[17]

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dipaparkan, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi media terhadap sikap kritis santri dalam menyikapi konten dakwah di Instagram pada Pondok Pesantren Mahasiswa di Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

[17] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2025)

Hipotesis ini diajukan untuk diuji dalam penelitian guna mengetahui apakah literasi media memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap sikap kritis santri dalam menilai, menganalisis, serta menyikapi konten dakwah yang mereka konsumsi melalui media sosial Instagram.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG