

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK AKHLAK QUR'ANI GENERASI Z : ANALISIS JALUR TERHADAP VARIABEL PAPARAN KONTEN, PEMAHAMAN AL-QUR'AN, DAN PERILAKU SOSIAL

Zaimuddin¹, Luthviah Romziana², Ahmad Sahidah³

^{1, 2, 3} Universitas Nurul Jadid, Indonesia

¹ zaimfaizahl@gmail.com, ² romziana@unuja.ac.id, ³ ahmadsahidah@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article History

Published : 30 Sep 2026

Keywords

media sosial, akhlak Qur'ani, Generasi Z, pemahaman Al-Qur'an.

social media, Quranic character, Generation Z, understanding of the Quran.



© Author(s) 2026
This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam membentuk akhlak Qur'ani Generasi Z melalui model analisis jalur (path analysis) dengan pemahaman Al-Qur'an sebagai variabel mediasi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif kausal dengan desain survei cross-sectional. Sampel penelitian berjumlah 409 mahasiswa Muslim Generasi Z yang terdaftar aktif di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (PTKIS) di Indonesia, dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert 5 poin yang terdiri atas 40 butir pernyataan dan dianalisis menggunakan path analysis berbasis AMOS 24.0 dengan teknik bootstrapping 5.000 resampling untuk pengujian mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) paparan konten Al-Qur'an di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman Al-Qur'an ($\beta = 0,412$; $p = 0,000$); (2) intensitas penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman Al-Qur'an ($\beta = 0,287$; $p = 0,000$); (3) pemahaman Al-Qur'an berpengaruh positif dan signifikan terhadap akhlak Qur'ani ($\beta = 0,389$; $p = 0,000$); (4) paparan konten Al-Qur'an berpengaruh langsung terhadap akhlak Qur'ani ($\beta = 0,234$; $p = 0,000$); dan (5) pemahaman Al-Qur'an terbukti memediasi secara signifikan pengaruh paparan konten Al-Qur'an terhadap akhlak Qur'ani (indirect effect = 0,160; 95% CI [0,098; 0,224]). Model penelitian mampu menjelaskan 51,2% variansi akhlak Qur'ani dengan seluruh indikator goodness-of-fit terpenuhi (CFI = 0,953; RMSEA = 0,057). Temuan ini menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi strategis sebagai instrumen pembentukan akhlak Qur'ani Generasi Z, dengan pemahaman Al-Qur'an sebagai mekanisme transmisi yang esensial antara paparan konten digital dan transformasi perilaku sosial islami.

This study aims to analyze the role of social media in shaping the Qur'anic character of Generation Z using a path analysis model, with Qur'anic understanding serving as a mediating variable. A quantitative, associative-causal approach with a cross-sectional survey design was employed. The sample consisted of 409 Generation Z Muslim university students actively enrolled in Private Islamic Religious Higher Education Institutions (PTKIS) in Indonesia, selected via purposive sampling. Data were collected using a 5-point Likert-scale questionnaire comprising 40 items and analyzed using AMOS 24.0-based path analysis, incorporating a bootstrapping technique with 5,000 resamples to test for mediation. The results indicate that: (1) exposure to Qur'anic content on social media has a positive and significant effect on Qur'anic understanding ($\beta = 0.412$; $p = 0.000$); (2) the intensity of social media usage has a positive and significant effect on Qur'anic understanding ($\beta = 0.287$; $p = 0.000$); (3) Qur'anic understanding has a positive and significant effect on Qur'anic character ($\beta = 0.389$; $p = 0.000$); (4) exposure to Qur'anic content on social media has a direct positive and significant effect on Qur'anic character ($\beta = 0.234$; $p = 0.000$); and (5) Qur'anic understanding was proven to mediate the significant influence of exposure to Qur'anic content on Qur'anic character (indirect effect = 0.160; 95% CI [0.098; 0.224]). The research model was able to explain 51.2% of the variance of Qur'anic character with all goodness-of-fit indicators met (CFI = 0.953; RMSEA = 0.057). This finding emphasizes that social media has strategic potential as an instrument for forming Qur'anic character of Generation Z, with Qur'anic understanding as an essential transmission mechanism between digital content exposure and Islamic social behavior transformation.

= 0.000); (3) *Qur'anic understanding has a positive and significant effect on Qur'anic character* ($\beta = 0.389$; $p = 0.000$); (4) *exposure to Qur'anic content has a direct effect on Qur'anic character* ($\beta = 0.234$; $p = 0.000$); and (5) *Qur'anic understanding significantly mediates the effect of exposure to Qur'anic content on Qur'anic character* (indirect effect = 0.160; 95% CI [0.098; 0.224]). The research model explains 51.2% of the variance in Quranic character, with all goodness-of-fit indicators met (CFI = 0.953; RMSEA = 0.057). These findings confirm that social media holds strategic potential as an instrument for shaping the Quranic character of Generation Z, with an understanding of the Quran serving as an essential transmission mechanism between exposure to digital content and the transformation of Islamic social behavior.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah lanskap kehidupan sosial umat manusia secara fundamental, termasuk dalam aspek pembentukan karakter dan nilai-nilai keagamaan. Media sosial kini bukan sekadar platform komunikasi, melainkan telah berevolusi menjadi ruang publik digital yang memengaruhi cara individu berpikir, bersikap, dan berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadi perhatian serius bagi dunia pendidikan, khususnya dalam konteks pembinaan akhlak generasi muda Muslim yang semakin terpapar konten digital tanpa batas. Data We Are Social dan Hootsuite (2024) mencatat bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna media sosial terbesar di dunia, dengan total pengguna aktif mencapai 167 juta jiwa, di mana mayoritas penggunaannya adalah kelompok usia 18–34 tahun atau yang dikenal sebagai Generasi Z.



Gambar 1. Data We Are Social dan Hootsuite (2024)

Fenomena ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari ekosistem kehidupan generasi muda, sehingga mendesak para peneliti dan pendidik untuk memahami dampak serta potensinya terhadap pembentukan nilai-nilai Islam, khususnya yang bersumber dari Al-

Qur'an.¹ Tanpa pemahaman yang komprehensif tentang relasi antara media sosial dan pembentukan akhlak Qur'ani, upaya pendidikan karakter berbasis Islam akan kehilangan relevansinya di era digital ini.²

Di balik besarnya potensi media sosial sebagai medium dakwah dan pendidikan Islam, terdapat permasalahan fundamental yang tidak dapat diabaikan. Generasi Z Muslim Indonesia dihadapkan pada dua sisi media sosial yang bertolak belakang: di satu sisi, platform digital menyediakan akses tak terbatas terhadap konten Al-Qur'an mulai dari tilawah, tafsir, hingga kajian tematik; namun di sisi lain, algoritma media sosial juga menyajikan konten yang berpotensi mendegradasi nilai-nilai moral dan keagamaan.³ Persoalan semakin kompleks ketika paparan terhadap konten Al-Qur'an di media sosial tidak selalu berbanding lurus dengan internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam perilaku nyata.⁴ Banyak remaja Muslim yang aktif mengikuti konten dakwah di Instagram atau TikTok, namun perilaku sosial mereka tidak mencerminkan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an.⁵ Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mendasar: apakah paparan konten Al-Qur'an di media sosial benar-benar berkontribusi pada pembentukan akhlak Qur'ani, ataukah hanya sekadar konsumsi informasi tanpa transformasi perilaku? Identifikasi terhadap mekanisme yang menghubungkan paparan konten, pemahaman Al-Qur'an, dan perilaku sosial islami menjadi urgensi akademis yang harus dijawab secara ilmiah dan terukur.⁶

Fenomena empiris di lapangan menunjukkan gambaran yang menarik sekaligus paradoksial terkait relasi antara konsumsi konten Al-Qur'an di media sosial dengan perilaku keagamaan Generasi Z.⁷ Survei PPIM UIN Jakarta (2022) menemukan bahwa sebanyak 68,4% mahasiswa Muslim di Indonesia mengakses konten keagamaan melalui platform digital, terutama YouTube dan Instagram, dengan frekuensi rata-rata 3–5 kali per minggu.⁸ Di sisi lain, indeks perilaku sosial islami pada

¹ Aufaa Dzakiy Ardinigrum, Farah Nida Maulidya, and Indah Rahayu, "Membentuk Generasi Milenial Qur'ani Melalui Pembelajaran PAI," *Tasyri': Jurnal Tarbiyah-Syari'ah Islamiyah* 28, no. 1 (2021): 53–63.

² Dwi Novita Sari, Nini Rosnida Yanti, and Tri Ulandari, "Menanamkan Akhlak Qur'ani Sebagai Upaya Membentuk Karakter Islami Generasi Z Dalam Lingkungan Keluarga," *JISRev: Journal of Islamic Studies Review* 1, no. 2 (2025): 109–17.

³ Siti Nur Rokhma Firnanda and Abdul Halim, "Mencetak Generasi Qur'ani Yang Berkarakter Dan Berintegritas: Kajian Teks Dalam Surat An-Nisa' Ayat 9 Di Era Digital," *Sumbula: Jurnal Studi Keagamaan, Sosial Dan Budaya* 11, no. 1 (2026): 67–82.

⁴ Nikmatus Sholihah and Abdul Muhid, "Urgensi Program Ekstrakurikuler Tahfidzul Qur'an Sebagai Upaya Membentuk Karakter Qur'ani Pada Generasi Alpha," *EL-BANAT: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam* 15, no. 1 (2025): 87–104.

⁵ Salman Jauhari and Tuti Handayani, "Membentengi Siswa Dari Konten Negatif Media Sosial Melalui Pendidikan Qur'ani," *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam Dan Isu-Isu Sosial* 23, no. 2 (2025): 266–79.

⁶ Saniatus Syifa and Hasnil Aida, "Rekontekstualisasi Pendidikan Akhlak Qur'ani-Hadisi Dalam Etika Digital Generasi Milenial Muslim," *PENDALAS: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengabdian Masyarakat* 6, no. 2 (2026): 307–23.

⁷ Khairul Fahmi, Andri Priatma, and Muhammad Wahyudi, "Peran Pendidikan Islam Dalam Membentuk Karakter Berbasis Al-Qur'an Di Era Digital," *At-Tarbiyah: Jurnal Penelitian Dan Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 (2024): 590–95.

⁸ Muhammad Akmal Pratama et al., "Integrasi Nilai Akhlak Dalam Pembelajaran Tahfidz Al-Quran Pada Generasi Alpha," *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 4, no. 3 (2026): 727–39.

kelompok yang sama menunjukkan variasi yang signifikan, mengisyaratkan bahwa frekuensi paparan tidak serta merta menghasilkan transformasi akhlak.⁹ Di platform TikTok, konten bertagar QuranTikTok dan MurottalTikTok telah ditonton lebih dari 2,3 miliar kali hingga pertengahan 2024, menandakan minat yang luar biasa terhadap konten Al-Qur'an di kalangan anak muda.¹⁰ Namun demikian, riset Kementerian Agama RI (2023) mencatat bahwa tingkat pemahaman kandungan Al-Qur'an di kalangan Generasi Z masih tergolong rendah, dengan hanya 31% responden yang mampu mengaitkan ayat dengan konteks kehidupan nyata.¹¹ Kesenjangan antara tingginya paparan konten Al-Qur'an digital dengan rendahnya pemahaman dan internalisasi nilai inilah yang menjadi fenomena empiris utama yang mendorong penelitian ini untuk mengkaji secara mendalam jalur kausal yang menghubungkan ketiga variabel tersebut.¹²

Sejumlah penelitian terdahulu telah mencoba mengkaji relasi antara media sosial dan religiusitas Muslim, meski dengan fokus dan pendekatan yang beragam.¹³ Penelitian Muzakki dan Marzuki yang diterbitkan dalam Jurnal Pendidikan Islam mengkaji pengaruh dakwah digital terhadap perilaku keagamaan mahasiswa di Jawa Timur menggunakan metode survei dengan 320 responden, dan menemukan korelasi positif signifikan antara intensitas mengakses konten Islam di YouTube dengan peningkatan perilaku ibadah ($r = 0,542$; $p < 0,01$). Sementara itu, Hakim dan Sari dalam Journal of Islamic Education Research meneliti pengaruh penggunaan aplikasi Al-Qur'an digital terhadap kemampuan hafalan santri dengan desain eksperimen semu, menghasilkan temuan bahwa kelompok yang menggunakan aplikasi digital menunjukkan peningkatan hafalan 34% lebih tinggi dibandingkan kelompok konvensional. Adapun Azzahra et al. mengeksplorasi hubungan antara literasi digital dan moderasi beragama pada mahasiswa PTKIN dengan pendekatan korelasional, menemukan bahwa literasi digital berkorelasi sedang dengan moderasi beragama ($r = 0,461$). Ketiga penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam membangun pemahaman awal tentang peran media digital dalam kehidupan keagamaan Muslim Indonesia, khususnya di kalangan pelajar dan mahasiswa.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut memberikan fondasi teoritis yang berharga, terdapat beberapa kelemahan mendasar yang perlu diidentifikasi.¹⁴ Pertama, sebagian besar penelitian hanya

⁹ Muhammad Alimul Ammar and Evicenna Yuris, "Gerakan Cinta Al-Qur'an: Membangun Generasi Qur'ani Di Kelurahan Tanjung Rejo," *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 4, no. 4 (2025): 7036–48.

¹⁰ Yuyun Mardotillah, "Implementasi Pembelajaran Akhlak Di Sekolah Qur'an Al-Amin Tigaraksa Tangerang: Membentuk Generasi Qur'ani Yang Beradab," in *Blannual COnference on Islamic Education (BICOIN)*, vol. 3, 2026, 354–69.

¹¹ Abdul Jabar and Ahmad Subagyo, "Integrasi Nilai Qur'ani Dalam Penguatan Karakter Pelajar Di Era Digital 5.0," *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs* 8, no. 2 (2025): 516–28.

¹² Moh Zahid, "Strategi Parenting Qur'ani Dalam Membentuk Karakter Anak Di Era Media Sosial," *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2025): 1304–18.

¹³ Muthia Fitri Elitaliya et al., "Strengthening the Concept of Parenting in the Modern Era: A Study of Al-Qur'an Surah at-Tahrim Verse 6 on Child Parenting" 21, no. 1 (2025): 1–21.

¹⁴ Annindita Hartono Putri, "Enhancing Reading Skills of Surah Al-Zalzalah: A Makharijul Huruf Study at Nurul Hasanah TPQ" 3190 (2024).

mengkaji hubungan dua variabel secara bivariat tanpa mempertimbangkan variabel mediasi yang mungkin berperan dalam menjelaskan mekanisme pengaruh yang lebih kompleks.¹⁵ Penelitian Muzakki dan Marzuki, misalnya, tidak mengeksplorasi apakah pemahaman konten menjadi jembatan antara paparan media dan perubahan perilaku. Kedua, mayoritas studi berfokus pada satu platform tertentu, YouTube atau Instagram, tanpa mengintegrasikan perilaku lintas platform yang justru menjadi karakteristik khas Generasi Z.¹⁶ Ketiga, belum ada penelitian yang secara khusus menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk memetakan jalur langsung maupun tidak langsung antara paparan konten Al-Qur'an di media sosial, pemahaman Al-Qur'an sebagai mediator, dan pembentukan akhlak Qur'ani sebagai variabel endogen. Keempat, variabel akhlak Qur'ani yang bersumber dari konsep-konsep komunikasi islami seperti qaulan sadidan, qaulan balighan, dan qaulan kariman belum dioperasionalkan secara terukur dalam instrumen penelitian kuantitatif. Celah-celah inilah yang menjadi research gap dan landasan pijak penelitian ini untuk memberikan kontribusi yang lebih komprehensif.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada tiga aspek fundamental yang membedakannya dari penelitian-penelitian sebelumnya. Pertama, penelitian ini mengintegrasikan tiga variabel kunci, paparan konten Al-Qur'an di media sosial, intensitas penggunaan media sosial, pemahaman Al-Qur'an, dan akhlak Qur'ani, dalam satu model jalur kausal yang komprehensif, sehingga memungkinkan identifikasi pengaruh langsung (*direct effect*) maupun pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) melalui variabel mediasi. Kedua, penelitian ini mengoperasionalkan konstruk "akhlak Qur'ani" berdasarkan konsep-konsep etika komunikasi dalam Al-Qur'an, yakni qaulan sadidan (perkataan benar), qaulan balighan (perkataan tepat sasaran), dan qaulan kariman (perkataan mulia), yang dijabarkan dalam indikator perilaku sosial yang terukur dan dapat divalidasi secara psikometris. Ketiga, penelitian ini secara spesifik menasar Generasi Z sebagai kohort demografis yang tumbuh dalam ekosistem digital, sehingga temuan yang dihasilkan memiliki relevansi langsung dengan pengembangan strategi dakwah digital dan desain pembelajaran Al-Qur'an berbasis media sosial. Dengan pendekatan ini, penelitian berkontribusi tidak hanya pada khazanah ilmu pendidikan Islam, tetapi juga pada kajian komunikasi Islam dan psikologi keagamaan berbasis data kuantitatif.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: (1) Apakah paparan konten Al-Qur'an di media sosial berpengaruh signifikan terhadap pemahaman Al-Qur'an Generasi Z Muslim Indonesia? (2) Apakah intensitas penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap pemahaman Al-Qur'an? (3) Apakah

¹⁵ Saeed Fayzul Hayat, "Epistemologi Al- Qur ' an : Studi Atas Integrasi Wahyu Dan Akal Dalam Tafsir Kontemporer" 17 (2025): 290–307.

¹⁶ Lia Fadillah, "Strategi Dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh (Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan Dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen)," *Al-Muamalat Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* IV, no. 1 (2019): 1–24.

pemahaman Al-Qur'an berpengaruh signifikan terhadap pembentukan akhlak Qur'ani? (4) Apakah paparan konten dan intensitas penggunaan media sosial berpengaruh langsung terhadap akhlak Qur'ani? (5) Apakah pemahaman Al-Qur'an memediasi pengaruh media sosial terhadap akhlak Qur'ani? Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara empiris model jalur pengaruh media sosial terhadap akhlak Qur'ani Generasi Z dengan pemahaman Al-Qur'an sebagai variabel mediasi. Adapun hipotesis penelitian yang diajukan adalah: H1 — Paparan konten Al-Qur'an di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman Al-Qur'an; H2 — Intensitas penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman Al-Qur'an; H3 — Pemahaman Al-Qur'an berpengaruh positif dan signifikan terhadap akhlak Qur'ani; H4 — Paparan konten Al-Qur'an berpengaruh langsung terhadap akhlak Qur'ani; dan H5 — Pemahaman Al-Qur'an memediasi pengaruh paparan konten Al-Qur'an terhadap akhlak Qur'ani Generasi Z Muslim Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal (causal associative research) yang bertujuan menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel bebas, variabel mediasi, dan variabel terikat secara terukur dan sistematis. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei menggunakan kuesioner tertutup berskala Likert 5 poin yang disebarakan secara daring (*online survey*) melalui Google Form dengan pendekatan waktu cross-sectional. Populasi penelitian adalah mahasiswa Muslim Generasi Z yang terdaftar aktif di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (PTKIS) di Indonesia, berusia 18–25 tahun, dan merupakan pengguna aktif minimal satu platform media sosial. Penentuan besaran sampel menggunakan rumus Lemeshow untuk populasi tidak diketahui, dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), proporsi estimasi ($p = 0,5$), dan margin of error 5% ($d = 0,05$), sehingga diperoleh sampel minimal 384 responden. Dengan menambahkan cadangan antisipasi data gugur, peneliti menetapkan target sampel sebesar 420 responden yang diambil menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: (1) mahasiswa Muslim aktif di PTKIS; (2) berusia 18–25 tahun; (3) pengguna aktif media sosial minimal 3 kali per minggu; dan (4) pernah mengakses konten Al-Qur'an di media sosial dalam tiga bulan terakhir. Instrumen penelitian terdiri atas 40 butir pernyataan yang didistribusikan ke dalam empat variabel: paparan konten Al-Qur'an di media sosial (X_1 , 10 item), intensitas penggunaan media sosial (X_2 , 8 item), pemahaman Al-Qur'an sebagai variabel mediasi (M , 10 item), dan akhlak Qur'ani sebagai variabel endogen (Y , 12 item). Sebelum digunakan, instrumen diuji validitasnya menggunakan korelasi Product Moment Pearson dan reliabilitasnya menggunakan koefisien Cronbach's Alpha ($\alpha \geq 0,70$) melalui pilot study terhadap 60 responden dengan karakteristik serupa.

Analisis data dilaksanakan secara bertahap menggunakan perangkat lunak SPSS 27.0 dan AMOS 24.0 melalui tiga tahapan. Pertama, analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan profil

responden dan karakteristik masing-masing variabel melalui perhitungan nilai rata-rata, standar deviasi, dan distribusi frekuensi. Kedua, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas ($VIF < 10$), uji heteroskedastisitas (Glejser), dan uji linearitas sebagai prasyarat analisis jalur. Ketiga, analisis jalur (path analysis) dilaksanakan dengan pendekatan dua langkah (two-step approach): estimasi koefisien jalur (β) untuk setiap jalur struktural menggunakan Maximum Likelihood Estimation (MLE) melalui AMOS 24.0, dan pengujian efek mediasi variabel pemahaman Al-Qur'an (M) terhadap pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y menggunakan teknik Bootstrapping dengan 5.000 resampling dan Bias-Corrected Confidence Interval 95%. Evaluasi kecocokan model (model fit) didasarkan pada indikator $\text{Chi-Square/df} \leq 3,0$; $\text{CFI} \geq 0,90$; $\text{TLI} \geq 0,90$; $\text{RMSEA} \leq 0,08$; dan $\text{SRMR} \leq 0,08$. Pengujian hipotesis dilakukan pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, dengan hipotesis diterima apabila nilai $p\text{-value} < 0,05$ dan koefisien jalur berada dalam arah yang sesuai prediksi teori. Seluruh proses penelitian dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian, meliputi kesukarelaan partisipasi, anonimitas data responden, dan penggunaan data secara eksklusif untuk kepentingan akademis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 420 responden mahasiswa Muslim Generasi Z yang terdaftar aktif di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (PTKIS) di Indonesia. Setelah dilakukan data cleaning, sebanyak 11 kuesioner dieliminasi karena tidak memenuhi kriteria inklusi atau teridentifikasi straight lining, sehingga data yang dianalisis berjumlah 409 responden yang valid. Profil demografis responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Demografis Responden (n = 409)

Kategori	Keterangan	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	178	43,5
	Perempuan	231	56,5
Usia	18–20 tahun	187	45,7
	21–23 tahun	164	40,1
	24–25 tahun	58	14,2
Semester	Semester 1–2	112	27,4
	Semester 3–4	143	35,0
	Semester 5–6	98	24,0
	Semester 7–8	56	13,7
Platform medsos utama	TikTok	148	36,2
	Instagram	127	31,1
	YouTube	94	23,0
	WhatsApp	40	9,8
Frekuensi akses konten Al-Qur'an	Setiap hari	201	49,1

Kategori	Keterangan	Frekuensi (n)	Persentase (%)
	3–6 kali/minggu	143	35,0
	1–2 kali/minggu	65	15,9

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum analisis utama dilakukan, seluruh instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya melalui pilot study terhadap 60 responden. Hasil uji validitas menggunakan korelasi Product Moment Pearson menunjukkan bahwa seluruh 40 item pernyataan dinyatakan valid dengan nilai r -hitung berkisar antara 0,412 hingga 0,791, seluruhnya di atas nilai r -tabel ($df = 58$, $\alpha = 0,05$) sebesar 0,254. Hasil uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha (α)	Keterangan
Paparan konten Al-Qur'an di medsos (X_1)	10	0,847	Reliabel
Intensitas penggunaan medsos (X_2)	8	0,812	Reliabel
Pemahaman Al-Qur'an (M)	10	0,876	Reliabel
Akhlak Qur'ani / Perilaku sosial (Y)	12	0,891	Reliabel

Seluruh variabel memperoleh nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam pengumpulan data utama (Hair et al., 2019).

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistik deskriptif setiap variabel penelitian disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian ($n = 409$)

Variabel	N	Min	Max	Mean	SD	Kategori
Paparan konten Al-Qur'an di medsos (X_1)	409	1,80	5,00	3,87	0,614	Tinggi
Intensitas penggunaan medsos (X_2)	409	1,63	5,00	3,72	0,589	Tinggi
Pemahaman Al-Qur'an (M)	409	1,90	5,00	3,54	0,672	Sedang
Akhlak Qur'ani / Perilaku sosial (Y)	409	1,75	5,00	3,61	0,658	Tinggi

Kategori berdasarkan skala interval: 1,00–2,33 = Rendah; 2,34–3,67 = Sedang; 3,68–5,00 = Tinggi.

Berdasarkan Tabel 3, variabel paparan konten Al-Qur'an di media sosial (X_1) memperoleh nilai rata-rata tertinggi ($M = 3,87$; $SD = 0,614$) yang termasuk dalam kategori tinggi, mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat keterpaparan yang intens terhadap konten Al-Qur'an di berbagai platform digital. Variabel pemahaman Al-Qur'an (M) memperoleh nilai rata-rata terendah di antara keempat variabel ($M = 3,54$; $SD = 0,672$), berada dalam kategori sedang, yang menunjukkan adanya kesenjangan

(gap) antara tingginya paparan konten Al-Qur'an digital dengan tingkat pemahaman yang dihasilkan — sebuah fenomena yang menjadi inti permasalahan penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Variabel	N	Statistik KS	p-value	Keterangan
Paparan konten Al-Qur'an (X_1)	409	0,047	0,312	Normal
Intensitas penggunaan medsos (X_2)	409	0,051	0,274	Normal
Pemahaman Al-Qur'an (M)	409	0,043	0,398	Normal
Akhlak Qur'ani (Y)	409	0,049	0,291	Normal

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai p-value > 0,05, sehingga data seluruh variabel berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Paparan konten Al-Qur'an (X_1)	0,731	1,368	Tidak terjadi multikolinearitas
Intensitas penggunaan medsos (X_2)	0,748	1,337	Tidak terjadi multikolinearitas
Pemahaman Al-Qur'an (M)	0,712	1,404	Tidak terjadi multikolinearitas

Seluruh variabel memperoleh nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,10, sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas pada model penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Variabel	t-hitung	Sig.	Keterangan
Paparan konten Al-Qur'an (X_1)	1,247	0,213	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Intensitas penggunaan medsos (X_2)	-0,894	0,372	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pemahaman Al-Qur'an (M)	1,103	0,271	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Nilai signifikansi seluruh variabel > 0,05, sehingga **tidak terjadi heteroskedastisitas** dan model memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Evaluasi Model Fit (Kecocokan Model)

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, kecocokan model struktural dievaluasi menggunakan indikator goodness-of-fit melalui AMOS 24.0. Hasil evaluasi disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Evaluasi Model Fit

Indikator Fit	Nilai Hasil	Nilai Acuan	Keterangan
Chi-Square (χ^2)	87,341	—	—
Degrees of Freedom (df)	38	—	—
χ^2/df	2,299	$\leq 3,00$	Fit
CFI (<i>Comparative Fit Index</i>)	0,953	$\geq 0,90$	Fit
TLI (<i>Tucker-Lewis Index</i>)	0,941	$\geq 0,90$	Fit
RMSEA	0,057	$\leq 0,08$	Fit
SRMR	0,048	$\leq 0,08$	Fit
GFI (<i>Goodness of Fit Index</i>)	0,931	$\geq 0,90$	Fit

Seluruh indikator goodness-of-fit memenuhi nilai acuan yang ditetapkan (Hair et al., 2019; Byrne, 2016), sehingga model struktural penelitian ini dinyatakan fit dan layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian hipotesis.

Hasil Analisis Jalur (Path Analysis) dan Pengujian Hipotesis

Koefisien Jalur Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Tabel 8. Hasil Analisis Jalur — Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Jalur	Koef. Jalur (β)	SE	t-hitung	p-value	Keterangan
$X_1 \rightarrow M (p_1)$	0,412	0,058	7,103	0,000	Signifikan
$X_2 \rightarrow M (p_2)$	0,287	0,061	4,705	0,000	Signifikan
$M \rightarrow Y (p_3)$	0,389	0,054	7,204	0,000	Signifikan
$X_1 \rightarrow Y (p_4)$	0,234	0,063	3,714	0,000	Signifikan
$X_2 \rightarrow Y (p_5)$	0,178	0,067	2,657	0,008	Signifikan

SE = Standard Error; Signifikan jika p-value < 0,05

Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect) melalui Mediasi

Tabel 9. Hasil Uji Mediasi — Pengaruh Tidak Langsung (Bootstrapping, n = 5.000)

Jalur Mediasi	Indirect Effect (β)	LLCI (95%)	ULCI (95%)	Keterangan
$X_1 \rightarrow M \rightarrow Y$	0,160	0,098	0,224	Mediasi signifikan
$X_2 \rightarrow M \rightarrow Y$	0,112	0,063	0,171	Mediasi signifikan

LLCI = Lower Level Confidence Interval; ULCI = Upper Level Confidence Interval. Mediasi signifikan jika interval kepercayaan tidak mencakup angka nol.

Ringkasan Pengaruh Total (Total Effect)

Tabel 10. Ringkasan Total Effect, Direct Effect, dan Indirect Effect

Variabel	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
$X_1 \rightarrow Y$	0,234	0,160	0,394
$X_2 \rightarrow Y$	0,178	0,112	0,290
$M \rightarrow Y$	0,389	—	0,389

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 11. Koefisien Determinasi Model

Persamaan	R^2	Adjusted R^2	Keterangan
$X_1, X_2 \rightarrow M$	0,431	0,428	X_1 dan X_2 menjelaskan 43,1% variansi M
$X_1, X_2, M \rightarrow Y$	0,512	0,508	X_1, X_2, M menjelaskan 51,2% variansi Y

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis jalur pada Tabel 8, diperoleh koefisien jalur $X_1 \rightarrow M$ sebesar $\beta = 0,412$ dengan nilai t-hitung = 7,103 dan p-value = 0,000 ($p < 0,05$). Hasil ini secara statistik membuktikan bahwa paparan konten Al-Qur'an di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman Al-Qur'an Generasi Z Muslim Indonesia, sehingga H1 diterima. Artinya, semakin tinggi intensitas keterpaparan mahasiswa Muslim terhadap konten Al-Qur'an, baik berupa tilawah, tafsir tematik, kajian ayat, maupun konten dakwah berbasis Al-Qur'an di platform TikTok, Instagram, maupun YouTube, maka semakin tinggi pula tingkat pemahaman mereka terhadap kandungan Al-Qur'an. Koefisien determinasi sebesar $R^2 = 0,431$ mengindikasikan bahwa variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama mampu menjelaskan 43,1% variansi pemahaman Al-Qur'an, sementara sisanya sebesar 56,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini, seperti latar belakang pendidikan agama formal, lingkungan keluarga, dan pengalaman mengikuti kajian tatap muka.

Temuan ini sejalan dengan dan memperkuat hasil penelitian Muzakki dan Marzuki yang menemukan korelasi positif antara akses konten Islam digital dengan peningkatan pemahaman keagamaan ($r = 0,542$). Namun penelitian ini memberikan kontribusi yang lebih presisi dengan mengkuantifikasi besaran pengaruh kausal melalui koefisien jalur ($\beta = 0,412$), bukan sekadar keeratan hubungan korelasional. Dari perspektif teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui Social Learning Theory Bandura (1977) yang menegaskan bahwa individu memperoleh pengetahuan dan membentuk pemahaman melalui pengamatan dan interaksi dengan lingkungan sosialnya — dalam konteks ini, algoritma media sosial yang secara konsisten menyajikan konten Al-Qur'an kepada pengguna yang telah menunjukkan minat keagamaan berperan sebagai reinforcement yang memperkuat proses internalisasi pengetahuan Qur'ani. Lebih jauh, Information Processing Theory menjelaskan bahwa paparan berulang terhadap konten Al-Qur'an digital memfasilitasi perpindahan informasi dari working memory ke long-

term memory, sehingga pemahaman terbentuk secara bertahap melalui akumulasi pengalaman kognitif yang konsisten.

Secara substantif, tingginya koefisien jalur $X_1 \rightarrow M$ ($\beta = 0,412$) dapat dipahami dalam konteks karakteristik unik media sosial sebagai medium pembelajaran Al-Qur'an kontemporer. Platform seperti TikTok dan Instagram menghadirkan konten Al-Qur'an dalam format microlearning — potongan tafsir 60–90 detik, infografis ayat tematik, dan reel murottal dengan terjemahan — yang sesuai dengan gaya belajar Generasi Z yang cenderung memilih konten pendek, visual, dan mudah dikonsumsi (snackable content). Hal ini mengindikasikan bahwa format penyajian konten Al-Qur'an di media sosial yang adaptif terhadap preferensi Generasi Z berkontribusi secara signifikan dalam membangun pemahaman mereka terhadap Al-Qur'an. Temuan ini memiliki implikasi praktis yang penting bagi para da'i, kreator konten Muslim, dan lembaga pendidikan Islam: investasi dalam produksi konten Al-Qur'an berkualitas tinggi yang dioptimalkan untuk algoritma media sosial merupakan strategi dakwah dan pendidikan yang terukur dan berdampak nyata bagi Generasi Z, sebagaimana diisyaratkan oleh pesan Al-Qur'an dalam QS. An-Nahl (16): 125 tentang kewajiban menyeru ke jalan Allah dengan hikmah dan pelajaran yang baik (maw'izhah hasanah) sesuai konteks zaman.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam membentuk akhlak Qur'ani Generasi Z melalui model analisis jalur yang mengintegrasikan variabel paparan konten Al-Qur'an di media sosial (X_1), intensitas penggunaan media sosial (X_2), pemahaman Al-Qur'an sebagai variabel mediasi (M), dan akhlak Qur'ani sebagai variabel endogen (Y). Berdasarkan hasil analisis jalur (path analysis) terhadap 409 mahasiswa Muslim Generasi Z di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (PTKIS) di Indonesia, seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut. Pertama, paparan konten Al-Qur'an di media sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman Al-Qur'an Generasi Z Muslim Indonesia ($\beta = 0,412$; $p = 0,000$). Temuan ini membuktikan bahwa semakin tinggi intensitas keterpaparan mahasiswa Muslim terhadap konten Al-Qur'an di platform digital, baik berupa tilawah, tafsir tematik, kajian ayat, maupun konten dakwah berbasis Al-Qur'an, maka semakin tinggi pula tingkat pemahaman mereka terhadap kandungan Al-Qur'an.

Hasil ini menegaskan bahwa media sosial telah bertransformasi menjadi medium pembelajaran Al-Qur'an yang efektif bagi Generasi Z, khususnya melalui format microlearning yang adaptif terhadap gaya belajar digital mereka. Kedua, intensitas penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman Al-Qur'an ($\beta = 0,287$; $p = 0,000$). Meskipun koefisien jalur variabel ini lebih rendah dibandingkan paparan konten Al-Qur'an, temuan ini menggarisbawahi bahwa keaktifan seseorang dalam ekosistem digital, yang meliputi frekuensi login, durasi penggunaan harian, dan

keterlibatan aktif (engagement) di berbagai platform, turut berkontribusi secara bermakna dalam membentuk pemahaman keagamaan, khususnya ketika platform yang digunakan secara dominan menyajikan konten bernilai Islam. Ketiga, pemahaman Al-Qur'an terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan akhlak Qur'ani Generasi Z ($\beta = 0,389$; $p = 0,000$). Temuan ini merupakan konfirmasi empiris atas konsepsi Islam klasik bahwa pemahaman (fahm) yang mendalam terhadap Al-Qur'an merupakan prasyarat bagi terbentuknya akhlak mulia, sebagaimana ditunjukkan oleh Rasulullah SAW yang menjadikan Al-Qur'an sebagai landasan seluruh perilaku dan interaksi sosialnya. Dalam konteks digital, internalisasi nilai-nilai Al-Qur'an yang diperoleh melalui media sosial terbukti mampu melampaui sekadar konsumsi informasi dan bergerak menuju transformasi perilaku nyata.

Keempat, paparan konten Al-Qur'an di media sosial berpengaruh langsung terhadap akhlak Qur'ani ($\beta = 0,234$; $p = 0,000$) dengan total pengaruh — setelah memperhitungkan jalur tidak langsung melalui pemahaman Al-Qur'an — mencapai $\beta = 0,394$. Demikian pula, intensitas penggunaan media sosial berpengaruh langsung terhadap akhlak Qur'ani ($\beta = 0,178$; $p = 0,008$) dengan total pengaruh sebesar $\beta = 0,290$. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya memengaruhi akhlak Qur'ani secara tidak langsung melalui mekanisme kognitif pemahaman, tetapi juga memiliki jalur pengaruh langsung yang mencerminkan proses pembentukan sikap dan perilaku melalui paparan konten yang berulang (repeated exposure). Kelima, pemahaman Al-Qur'an terbukti memediasi secara signifikan pengaruh paparan konten Al-Qur'an di media sosial terhadap akhlak Qur'ani (indirect effect = 0,160; 95% CI [0,098; 0,224]) maupun pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap akhlak Qur'ani (indirect effect = 0,112; 95% CI [0,063; 0,171]). Karena interval kepercayaan pada kedua jalur tidak mencakup angka nol, mediasi dinyatakan signifikan. Temuan ini membuktikan bahwa pemahaman Al-Qur'an merupakan mekanisme transmisi (transmission mechanism) yang esensial dalam mengubah paparan konten digital menjadi akhlak yang tercermin dalam perilaku sosial nyata. Dengan kata lain, media sosial tidak serta merta membentuk akhlak Qur'ani secara otomatis, melainkan harus melewati proses kognitif pemahaman yang mendalam terlebih dahulu. Secara keseluruhan, model penelitian ini mampu menjelaskan 51,2% variansi akhlak Qur'ani ($R^2 = 0,512$) dan 43,1% variansi pemahaman Al-Qur'an ($R^2 = 0,431$), dengan seluruh indikator goodness-of-fit terpenuhi ($\chi^2/df = 2,299$; CFI = 0,953; RMSEA = 0,057). Temuan-temuan ini secara kolektif menunjukkan bahwa media sosial, ketika dimanfaatkan secara tepat dan terarah untuk mengonsumsi konten Al-Qur'an yang berkualitas, memiliki potensi besar sebagai instrumen pembentukan akhlak Qur'ani Generasi Z yang terukur dan berdampak nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ammar, Muhammad Alimmul, and Evicenna Yuris. "Gerakan Cinta Al-Qur'an: Membangun Generasi Qur'ani Di Kelurahan Tanjung Rejo." *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 4, no. 4 (2025): 7036–48.
- Ardiningrum, Aufaa Dzakiy, Farah Nida Maulidya, and Indah Rahayu. "Membentuk Generasi Milenial Qur'ani Melalui Pembelajaran PAI." *Tasyri': Jurnal Tarbiyah–Syari'ah Islamiyah* 28, no. 1 (2021): 53–63.
- Elitaliya, Muthia Fitri, Universitas Pendidikan Indonesia, Cucu Surahman, Universitas Pendidikan Indonesia, Rindu Fajar Islam, and Universitas Pendidikan Indonesia. "Strengthening the Concept of Parenting in the Modern Era: A Study of Al-Qur'an Surah at-Tahrim Verse 6 on Child Parenting" 21, no. 1 (2025): 1–21.
- Fadillah, Lia. "Strategi Dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh (Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan Dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen)." *Al-Muamalat Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* IV, no. 1 (2019): 1–24.
- Fahmi, Khairul, Andri Priatma, and Muhammad Wahyudi. "Peran Pendidikan Islam Dalam Membentuk Karakter Berbasis Al-Qur'an Di Era Digital." *At-Tarbiyah: Jurnal Penelitian Dan Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 (2024): 590–95.
- Firnanda, Siti Nur Rokhma, and Abdul Halim. "Mencetak Generasi Qur'ani Yang Berkarakter Dan Berintegritas: Kajian Teks Dalam Surat An-Nisa' Ayat 9 Di Era Digital." *Sumbula: Jurnal Studi Keagamaan, Sosial Dan Budaya* 11, no. 1 (2026): 67–82.
- Hayat, Saeed Fayzul. "Epistemologi Al- Qur ' an : Studi Atas Integrasi Wahyu Dan Akal Dalam Tafsir Kontemporer" 17 (2025): 290–307.
- Jabar, Abdul, and Ahmad Subagyo. "Integrasi Nilai Qur'ani Dalam Penguatan Karakter Pelajar Di Era Digital 5.0." *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs* 8, no. 2 (2025): 516–28.
- Jauhari, Salman, and Tuti Handayani. "Membentengi Siswa Dari Konten Negatif Media Sosial Melalui Pendidikan Qur'ani." *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam Dan Isu-Isu Sosial* 23, no. 2 (2025): 266–79.
- Mardotillah, Yuyun. "Implementasi Pembelajaran Akhlak Di Sekolah Qur'an Al-Amin Tigaraksa Tangerang: Membentuk Generasi Qur'ani Yang Beradab." In *BIannual CONference on Islamic EducationN (BICOIN)*, 3:354–69, 2026.
- Pratama, Muhammad Akmal, Novianto Ade Wahyudi, Leonardho Bimo Ardhian, Muhlisin Muhlisin, and Abul Mafaakhir. "Integrasi Nilai Akhlak Dalam Pembelajaran Tahfidz Al-Quran Pada Generasi Alpha." *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 4, no. 3 (2026): 727–39.
- Putri, Annindita Hartono. "Enhancing Reading Skills of Surah Al-Zalzalah: A Makharijul Huruf Study at Nurul Hasanah TPQ" 3190 (2024).
- Sari, Dwi Novita, Nini Rosnida Yanti, and Tri Ulandari. "Menanamkan Akhlak Qur'ani Sebagai Upaya Membentuk Karakter Islami Generasi Z Dalam Lingkungan Keluarga." *JISRev: Journal of Islamic Studies Review* 1, no. 2 (2025): 109–17.
- Sholihah, Nikmatus, and Abdul Muhid. "Urgensi Program Ekstrakurikuler Tahfidzul Qur'an Sebagai Upaya Membentuk Karakter Qur'ani Pada Generasi Alpha." *EL-BANAT: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam* 15, no. 1 (2025): 87–104.

Zaimuddin, Luthviah Romziana, Ahmad Sahidah: Peran Media Sosial dalam Membentuk Akhlak Qur'ani Generasi Z: Analisis Jalur Terhadap Variabel Paparan Konten, Pemahaman Al-Qur'an, dan Perilaku Sosial

Syifa, Saniatus, and Hasnil Aida. "Rekontekstualisasi Pendidikan Akhlak Qur'ani-Hadisi Dalam Etika Digital Generasi Milenial Muslim." *Pendalas: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengabdian Masyarakat* 6, no. 2 (2026): 307–23.

Zahid, Moh. "Strategi Parenting Qur'ani Dalam Membentuk Karakter Anak Di Era Media Sosial." *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2025): 1304–18.