

---

## **Pengaruh Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6 Terhadap Etika Bermedia Sosial Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Dan Budi Pekerti Di Kelas 11-1 SMAN 3 Sumedang**

---

**Reiky R. Fadhillah<sup>1</sup>, Dindin Saefudin<sup>2</sup>, Moch. Hilman Ta'abudilah<sup>3</sup>**

STAI Sebelas April Sumedang, Jawa Barat Indonesia

[si.mangrey50@gmail.com](mailto:si.mangrey50@gmail.com)<sup>1</sup>, [dindins322@gmail.com](mailto:dindins322@gmail.com)<sup>2</sup>, [mochtaabudilah@gmail.com](mailto:mochtaabudilah@gmail.com)<sup>3</sup>

### **Abstrak**

Perkembangan media sosial menuntut peserta didik memiliki etika digital yang berlandaskan nilai moral dan religius. Prinsip *tabayyun* dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 menjadi dasar penting dalam membentuk sikap kritis dan bertanggung jawab terhadap informasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 terhadap etika bermedia sosial peserta didik kelas XI SMAN 3 Sumedang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional dan sampel 34 siswa melalui teknik total sampling. Data dikumpulkan menggunakan angket skala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis dengan regresi linear sederhana dan korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 terhadap etika bermedia sosial ( $r = 0,469$ ; sig. 0,005) dengan kontribusi sebesar 22%. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman nilai *tabayyun*, semakin baik pula etika bermedia sosial peserta didik. Penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi nilai Qur'ani dalam pembelajaran untuk memperkuat karakter digital yang kritis dan bertanggung jawab.

**Kata kunci: Pemahaman QS. Al-Hujurat; Tabayyun; Etika Digital; Pendidikan Agama Islam; Peserta Didik.**

### **Abstract**

*The rapid development of social media requires students to possess digital ethics grounded in moral and religious values. The principle of tabayyun in QS. Al-Hujurat verse 6 serves as an essential foundation for fostering critical and responsible attitudes toward information. This study aims to analyze the influence of students' understanding of QS. Al-Hujurat verse 6 on their social media ethics among eleventh-grade students at SMAN 3 Sumedang. A quantitative approach with a correlational design was employed, involving 34 students selected through total sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire that had been tested for validity and reliability, and were analyzed using simple linear regression and Pearson correlation. The results indicate a positive and significant influence between the understanding of QS. Al-Hujurat verse 6 and social media ethics ( $r = 0.469$ ; sig. 0.005), with a contribution of 22%. These findings suggest that a better understanding of the value of tabayyun is associated with stronger social media ethics. The study highlights the importance of integrating Qur'anic values into Islamic education to strengthen students' critical and responsible digital character.*

**Kata kunci: Understanding of QS. Al-Hujurat; Tabayyun; Digital Ethics; Islamic Religious Education; Students.**

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan media sosial sebagai ruang publik baru yang memengaruhi pola interaksi, cara berpikir, dan perilaku masyarakat, termasuk peserta didik. Media sosial tidak lagi sekadar berfungsi

sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai medium produksi dan distribusi informasi yang berlangsung secara cepat dan masif. Dalam konteks pendidikan dan pembentukan karakter, tingginya intensitas penggunaan media sosial oleh remaja sering kali tidak diimbangi dengan pemahaman etika yang memadai. Kondisi ini memunculkan berbagai persoalan, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, pelanggaran privasi, serta penggunaan bahasa yang tidak santun di ruang digital (Maria et al., 2025). Fenomena tersebut menunjukkan bahwa literasi digital tidak cukup hanya berorientasi pada keterampilan teknis, melainkan perlu disertai dengan landasan nilai moral dan religius agar interaksi di ruang digital tetap beradab.

Dalam perspektif Islam, nilai moral dan religius tersebut tercermin dalam konsep akhlak yang mengatur etika komunikasi dalam setiap bentuk interaksi, termasuk di media sosial. Salah satu prinsip fundamental dalam etika komunikasi Islam adalah *tabayyun*, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6, yang memerintahkan umat Islam untuk melakukan verifikasi terhadap setiap informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Para mufasir seperti Al-Tabari dan Al-Qurtubi menekankan bahwa berita dari sumber yang tidak terpercaya tidak boleh diterima tanpa klarifikasi karena berpotensi menimbulkan kezaliman, sementara Quraish Shihab menegaskan bahwa ayat ini menuntut sikap kehati-hatian dan tanggung jawab moral dalam menerima informasi (Shihab, 2002). Nilai *tabayyun* menjadi semakin relevan dalam konteks media sosial modern yang ditandai oleh derasnya arus informasi yang sering kali tidak terverifikasi dan berpotensi memicu kesalahpahaman serta konflik sosial.

Agar nilai *tabayyun* dapat terinternalisasi secara efektif, diperlukan tingkat pemahaman yang memadai pada diri peserta didik. Pemahaman merupakan kemampuan kognitif yang tidak hanya berkaitan dengan mengingat informasi, tetapi juga mencakup proses menangkap makna, menafsirkan, serta menerapkan pengetahuan dalam konteks kehidupan nyata. Dalam taksonomi Bloom yang direvisi oleh Anderson dan Krathwohl, pemahaman berada pada level kognitif kedua yang meliputi kemampuan menafsirkan, mengklasifikasikan, merangkum, membandingkan, dan menjelaskan suatu konsep (Suherly et al., 2023). Sudjana, (2009) menegaskan bahwa pemahaman mencerminkan kedalaman penguasaan peserta didik terhadap materi yang ditunjukkan melalui kemampuan menjelaskan dan mengaplikasikan pengetahuan secara logis. Dalam pendidikan Islam, pemahaman juga mencakup dimensi afektif dan spiritual yang bermuara pada penghayatan nilai dan pengamalan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (Muhaimin, 2004).

Dalam konteks tersebut, pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 tidak cukup berhenti pada aspek hafalan atau pengetahuan teks, tetapi harus tercermin dalam sikap kehati-hatian, kritis, dan bertanggung jawab dalam bermedia sosial. Prinsip *tabayyun* yang diajarkan ayat ini sejalan dengan teori etika dan literasi digital yang memandang etika sebagai seperangkat nilai moral dalam menentukan tindakan yang baik dan buruk (Bertens, 2021). Media sosial sebagai ruang produksi dan distribusi informasi menuntut pengguna untuk bersikap bijak, kritis, dan bertanggung jawab dalam berkomunikasi (Fensi, 2020). Dengan demikian, pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 secara konseptual berfungsi sebagai landasan normatif-religius dalam pembentukan etika bermedia sosial di era digital.

Meskipun sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa pemahaman nilai *tabayyun* dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 berkaitan dengan etika bermedia sosial, masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Studi Luluk Dwi Utami et al., (2022) dan Aini, (2023) membuktikan adanya hubungan signifikan antara pemahaman ayat tersebut dengan perilaku etis di media sosial, sedangkan Husni et al., (2023) serta Fatma, (2022) menegaskan bahwa nilai-nilai Qur'ani berpengaruh terhadap

pembentukan akhlak digital. Launuha, (2024) juga menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman melalui pembelajaran berdampak pada sikap kritis terhadap informasi. Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya hanya menekankan hubungan konseptual atau hasil pembelajaran, dan belum secara spesifik mengukur pengaruh langsung tingkat pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 terhadap etika bermedia sosial dalam konteks perilaku nyata peserta didik. Selain itu, fokus penelitian sebelumnya masih bersifat umum dan belum menempatkan etika bermedia sosial sebagai variabel yang diukur secara mendalam. Oleh karena itu, diperlukan penelitian kuantitatif lanjutan yang lebih terfokus.

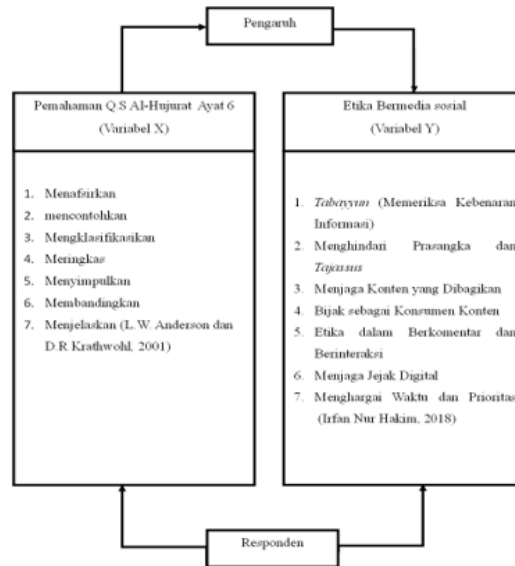
Berdasarkan temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya hubungan antara pemahaman nilai *tabayyun* dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 dengan etika bermedia sosial, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris sejauh mana pemahaman peserta didik terhadap nilai *tabayyun* berpengaruh langsung terhadap perilaku etika bermedia sosial mereka. Meskipun studi sebelumnya telah membuktikan adanya keterkaitan yang signifikan antara pemahaman ayat tersebut dengan sikap kritis, tanggung jawab dalam penyebaran informasi, serta pembentukan akhlak digital, sebagian besar masih berfokus pada konteks umum atau pendekatan pembelajaran. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan kuantitatif yang lebih spesifik, dengan mengukur pengaruh pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 terhadap etika bermedia sosial peserta didik secara terukur dan objektif.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional yang bertujuan menguji pengaruh pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 terhadap etika bermedia sosial peserta didik. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik (Sugiyono, 2019). Desain korelasional digunakan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antarvariabel tanpa memberikan perlakuan khusus kepada subjek penelitian.

Penelitian dilaksanakan di SMAN 3 Sumedang pada semester genap tahun ajaran 2024/2025. Populasi penelitian mencakup seluruh peserta didik kelas XI-1, dengan jumlah 34 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling, sehingga seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Teknik ini dipilih karena jumlah populasi relatif kecil dan memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih representatif serta meminimalkan bias sampling (Arikunto, 2013).

Data dikumpulkan menggunakan angket tertutup berbasis skala Likert. Instrumen pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 disusun berdasarkan indikator pemahaman kognitif, meliputi menafsirkan, mencontohkan, mengklasifikasikan, merangkum, menyimpulkan, membandingkan, dan menjelaskan (Suherly et al., 2023), sedangkan instrumen etika bermedia sosial merujuk pada prinsip *tabayyun*, tanggung jawab informasi, kesantunan berkomunikasi, dan pengendalian diri di ruang digital. Instrumen diuji validitasnya menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan reliabilitasnya menggunakan Cronbach's Alpha. Analisis data dilakukan melalui statistik deskriptif dan inferensial, meliputi uji normalitas, regresi linear sederhana, korelasi Pearson, koefisien determinasi, dan uji-t dengan bantuan SPSS versi 25 (Ghojali, 2018).



Gambar 1 Kerangka Berfikir

## HASIL PENELITIAN

### Uji Validitas

Menurut Arikunto, validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau shahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Data yang valid menandakan bahwa data tersebut dapat dijadikan sumber data pada penelitian ini.

Tabel 1. Validitas Instrumen Penelitian Variabel X  
(Pemahaman Q.S Al-Hujurat Ayat 6)

No Item	Nilai Hitung Korelasi ( $r_{hitung}$ )	Nilai Tabel Korelasi ( $r_{tabel}$ )	Validitas	Keterangan
1	0,907	0,339	Valid	Sangat Kuat
2	0,885	0,339	Valid	Sangat Kuat
3	0,884	0,339	Valid	Sangat Kuat
4	0,877	0,339	Valid	Sangat Kuat
5	0,816	0,339	Valid	Sangat Kuat
6	0,855	0,339	Valid	Sangat Kuat
7	0,901	0,339	Valid	Sangat Kuat
8	0,782	0,339	Valid	Kuat
9	0,946	0,339	Valid	Sangat Kuat
10	0,915	0,339	Valid	Sangat Kuat

Berdasarkan Tabel 1, hasil perhitungan Pearson Correlation dengan N of Item = 10 pada variabel X (Pemahaman Q.S. Al-Hujurat Ayat 6) taraf signifikansi 0,05 dan  $r_{tabel} = 0,339$  diperoleh  $r_{hitung}$  tertinggi sebesar 0,946 dan terendah 0,782. Seluruh nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , sehingga semua butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 2. Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y  
(Etika Bermedia Sosial)

No Item	Nilai Hitung Korelasi ( $r_{hitung}$ )	Nilai Hitung Korelasi ( $r_{tabel}$ )	Validitas	Keterangan
---------	---	--	-----------	------------

1	0,649	0,339	Valid	Kuat
2	0,621	0,339	Valid	Kuat
3	0,638	0,339	Valid	Kuat
4	0,661	0,339	Valid	Kuat
5	0,562	0,339	Valid	Sedang
6	0,761	0,339	Valid	Kuat
7	0,589	0,339	Valid	Sedang
8	0,453	0,339	Valid	Sedang
9	0,759	0,339	Valid	Kuat
10	0,392	0,339	Valid	Sedang

Berdasarkan pada Tabel 1.1 di atas, analisis perhitungan Pearson Correlation dengan N (banyaknya responden) = 34 dan N of Item (banyaknya pernyataan) = 10 untuk variabel Y (Etika Bermedia Sosial) pada taraf signifikansi 0,05 dan  $r_{tabel} = 0,339$ , diperoleh  $r_{hitung}$  paling tinggi sebesar 0,761 dan  $r_{hitung}$  paling rendah sebesar 0,392. Karena seluruh nilai  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$ , maka dapat dinyatakan bahwa semua butir pernyataan pada variabel Y (Etika Bermedia Sosial) dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

**Uji Reliabilitas**

**Tabel 3. Reliabilitas Intrumen X  
(Pemahaman Q.S Al-Hujurat Ayat 6)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.966	10

**Tabel 4. Reliabilitas Intrumen Y  
(Etika Bermedia Sosial)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.808	10

Berdasarkan dua tabel di atas, nilai Cronbach's Alpha variabel X sebesar 0,966 dengan 10 item, berada pada interval 0,801-1,000 sehingga termasuk kategori sangat kuat. Variabel Y memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,808 dengan 10 item, yang juga berada pada kategori sangat kuat. Dengan demikian, seluruh pernyataan pada variabel X dan Y dinyatakan sangat reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

**Persentase Keseluruhan Variabel X**

**Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Angket Variabel X  
(Pemahaman Q.S Al-Hujurat Ayat 6)**

No Item	Skor Jawaban					Sampel	Jumlah Skor	Persentase	Kriteria
	5	4	3	2	1				
P1	7	8	5	8	6	34	104	61,17%	Cukup Baik
P2	6	9	11	4	4	34	111	65,29%	Cukup Baik
P3	8	7	7	7	5	34	108	63,52%	Cukup Baik
P4	9	9	8	7	1	34	120	70,58%	Baik

P5	6	13	4	7	4	34	112	65,88%	Cukup Baik
P6	3	13	7	4	7	34	103	60,58%	Cukup Baik
P7	8	13	5	3	5	34	118	69,41%	Baik
P8	5	13	10	5	1	34	118	69,41%	Baik
P9	4	15	4	6	5	34	109	64,11%	Cukup Baik
P10	7	13	4	6	4	34	115	67,64%	Cukup Baik
<b>Total</b>							1118	657,59% (Rata-rata: 65,76%)	Cukup Baik

Total skor yang diperoleh dari variabel X (Pemahaman Q.S. Al-Hujurat Ayat 6) adalah 1.118. Sedangkan skor tertinggi ideal dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Rumus} &= (\text{jumlah responden} \times \text{total item} \times \text{skor maksimal}) \\ &= 34 \times 10 \times 5 \\ &= 1,700 \end{aligned}$$

Jika dipersentasekan, maka;

$$P = \frac{1.118}{1.700} \times 100\% = 65,76\%$$

Persentase sebesar 65,76% (dibulatkan menjadi 66%) berada pada rentang 61%-80% yang termasuk dalam klasifikasi "Cukup Baik". Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pemahaman Q.S. Al-Hujurat Ayat 6 berada pada kategori "Cukup Baik".

**Tabel 6. Rekapitulasi Hasil Angket Variabel Y (Etika Bermedia Sosial)**

No Item	Skor Jawaban					Sampel	Jumlah skor	persentase	kriteria
	5	4	3	2	1				
P1	17	8	4	4	1	34	138	81,17%	Baik
P2	11	14	5	2	2	34	132	77,64%	Baik
P3	9	8	4	3	10	34	105	61,76%	Cukup Baik
P4	12	9	2	3	8	34	116	68,23%	Cukup Baik
P5	25	4	4	0	1	34	154	90,58%	Sangat Baik
P6	22	4	4	4	0	34	146	85,88%	Sangat Baik
P7	21	9	2	0	2	34	149	87,64%	Sangat Baik
P8	20	12	1	0	1	34	152	89,41%	Sangat Baik
P9	17	6	7	4	0	34	138	81,17%	Baik
P10	11	13	9	1	0	34	136	80%	Baik
<b>Total</b>							1366	803,48% (Rata-rata: 80,3%)	Baik

Total skor yang diperoleh dari variabel Y (Etika Bermedia Sosial) adalah 1.366. Adapun skor tertinggi ideal dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Rumus} &= (\text{jumlah responden} \times \text{total item} \times \text{skor maksimal}) \\ &= 34 \times 10 \times 5 \\ &= 1,700 \end{aligned}$$

Jika dipersentasekan, maka:

$$P = \frac{1.366}{1.700} \times 100\% = 80,35\%$$

Persentase sebesar 80,35% (dibulatkan menjadi 80,3%) berada pada rentang 61%-80% yang termasuk dalam klasifikasi “Baik”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Etika Bermedia Sosial responden berada pada kategori “Baik”.

### Uji Normalitas

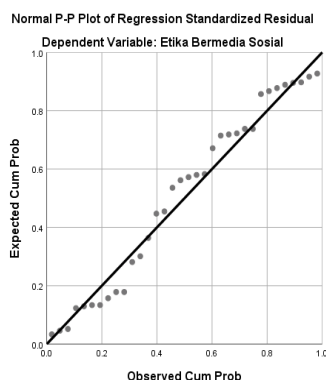
Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Setia Ningsih & Dukulang, 2019). Dalam penelitian ini, pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 7. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.24663547
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.119
	Negative	-.100
Test Statistic		.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov dengan N = 34, diperoleh nilai Test Statistic sebesar 0,119 dan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05, maka data residual dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, model penelitian telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya, seperti uji regresi atau pengujian hipotesis.

Selanjutnya, pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode P-P Plot untuk melihat hasil distribusi data, sebagaimana ditunjukkan pada diagram berikut:



**Gambar 2. Diagram P-P Plot**

Berdasarkan grafik Normal P-P Plot, terlihat bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa residual data berdistribusi mendekati normal. Karena tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

**Tabel 8. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.549	3.384		9.028	.000
	Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6	.293	.097	.469	3.005	.005

a. Dependent Variable: Etika Bermedia Sosial

Berdasarkan hasil pada tabel Coefficients, diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu  $y = 30,549 + 0,293x$ . Variabel Y merupakan Etika Bermedia Sosial, sedangkan variabel X adalah Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6. Nilai konstanta sebesar 30,549 mengindikasikan bahwa ketika tidak terdapat pemahaman terhadap QS. Al-Hujurat Ayat 6, maka nilai Etika Bermedia Sosial berada pada angka 30,549. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,293 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6 akan meningkatkan Etika Bermedia Sosial sebesar 0,293 satuan.

**Analisis Koefisien Korelasi Pearson**

**Tabel 9. Analisis Koefisien Korelasi Pearson**

Correlations			
		Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6	Etika Bermedia Sosial
Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6	Pearson Correlation	1	.469**
	Sig. (2-tailed)		.005
	N	34	34
Etika Bermedia Sosial	Pearson Correlation	.469**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	
	N	34	34

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji Korelasi Pearson menunjukkan nilai r sebesar 0,469 yang berarti terdapat hubungan positif dengan kekuatan sedang antara Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6 dan Etika Bermedia Sosial. Nilai signifikansi 0,005 (<0,01) menunjukkan hubungan tersebut signifikan. Penelitian ini melibatkan 34 responden.

**Analisis Koefisien Penentu atau Koefisien Determinasi (r<sup>2</sup>)**

**Tabel 10. Model Summary (R-Square)**

Model Summary
---------------

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.469 <sup>a</sup>	.220	.196	6.343
a. Predictors: (Constant), Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6				

Berdasarkan tabel Model Summary, nilai R sebesar 0,469 menunjukkan hubungan sedang antara variabel X dan Y. Nilai R Square 0,220 berarti Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6 berkontribusi sebesar 22% terhadap Etika Bermedia Sosial, sedangkan 78% dipengaruhi faktor lain. Adjusted R Square sebesar 0,196.

### Uji Hipotesis

**Tabel 11. Coefficients Hasil Uji-t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.549	3.384		9.028	.000
	Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6	.293	.097	.469	3.005	.005
a. Dependent Variable: Etika Bermedia Sosial						

Berdasarkan tabel Coefficients (Uji-t), nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6 sebesar 3,005. Dengan jumlah sampel 34, diperoleh derajat kebebasan (df) = 32, sehingga pada taraf signifikansi 0,05 nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,037. Karena  $t_{hitung}$  (3,005) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (2,037) dan nilai Sig. 0,005 < 0,05, maka variabel Pemahaman QS. Al-Hujurat Ayat 6 berpengaruh terhadap Etika Bermedia Sosial.

### PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bermedia sosial peserta didik kelas XI SMAN 3 Sumedang, dengan nilai korelasi sebesar  $r = 0,469$  dan signifikansi 0,005 (<0,05), serta kontribusi sebesar 22%. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang sama-sama menegaskan bahwa nilai tabayyun memiliki relevansi empiris dalam membentuk perilaku komunikasi digital yang etis.

Penelitian yang dilakukan oleh Luluk Dwi Utami et al., (2022) menunjukkan korelasi yang lebih kuat ( $r = 0,672$ ; sig. 0,000) pada mahasiswa, yang menandakan bahwa tingkat kedewasaan responden turut memengaruhi kekuatan hubungan antara pemahaman ayat dan etika bermedia sosial. Demikian pula penelitian Aini, (2023) yang memperoleh korelasi sangat kuat ( $r = 0,743$ ; sig. 0,000) pada siswa SMA generasi Alpha. Jika dibandingkan dengan penelitian tersebut, nilai korelasi dalam penelitian ini berada pada kategori sedang. Perbedaan ini dapat dipahami karena karakteristik sampel, konteks lingkungan sekolah, serta variabel kontrol yang berbeda. Meskipun demikian, secara substantif hasil penelitian ini tetap konsisten bahwa semakin tinggi pemahaman terhadap prinsip tabayyun, semakin baik kecenderungan peserta didik untuk bersikap kritis dan bertanggung jawab dalam menyikapi informasi digital.

Selanjutnya, penelitian Husni et al., (2023) menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,564 dalam konteks moderasi beragama di era Society 5.0. Angka tersebut lebih besar dibandingkan kontribusi dalam penelitian ini (22%), yang mengindikasikan bahwa nilai-nilai Qur'ani dapat memiliki pengaruh yang lebih dominan apabila dikombinasikan dengan pendekatan moderasi dan variabel sosial yang lebih luas.

Sementara itu, penelitian Fatma, (2022) melalui uji F (sig. 0,001 < 0,05) juga membuktikan adanya pengaruh signifikan antara pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6, 11–13 terhadap pembentukan akhlakul karimah dalam bermedia sosial. Hal ini memperkuat bahwa konsep tabayyun, larangan su'udzon, dan penghormatan terhadap sesama merupakan fondasi normatif dalam membangun etika digital.

Penelitian Launuha, (2024) memberikan dimensi berbeda dengan menunjukkan bahwa model Problem Based Learning (PBL) secara signifikan meningkatkan pemahaman terhadap QS. Al-Hujurat ayat 6 ( $t$  hitung 3,278 >  $t$  tabel 2,021; sig. 0,003). Temuan tersebut menegaskan bahwa peningkatan kualitas pemahaman melalui strategi pembelajaran aktif berimplikasi pada sikap yang lebih kritis dalam menyikapi informasi media sosial. Hal ini relevan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa meskipun tingkat pemahaman berada pada kategori “cukup baik” (65,76%), etika bermedia sosial sudah berada pada kategori “baik” (80,35%), sehingga terdapat peluang penguatan lebih lanjut melalui inovasi pembelajaran.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 terhadap etika bermedia sosial tidak hanya signifikan secara statistik, tetapi juga terukur melalui model regresi linear sederhana dengan persamaan  $Y = 30,549 + 0,293X$ . Artinya, setiap peningkatan satu satuan pemahaman akan meningkatkan skor etika bermedia sosial sebesar 0,293 satuan. Kontribusi sebesar 22% mengindikasikan bahwa nilai tabayyun merupakan faktor penting, namun bukan satu-satunya determinan perilaku digital. Masih terdapat 78% variabel lain yang memengaruhi, seperti literasi digital umum, kontrol diri, intensitas penggunaan media sosial, lingkungan keluarga, serta budaya pergaulan daring.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan perbedaan penekanan dibandingkan penelitian terdahulu karena secara spesifik menguji pengaruh langsung pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 terhadap etika bermedia sosial dalam konteks perilaku nyata peserta didik di lingkungan SMA menggunakan desain korelasional. Jika penelitian sebelumnya lebih banyak menekankan hubungan konseptual, moderasi nilai, atau efektivitas model pembelajaran, maka penelitian ini menegaskan secara kuantitatif bahwa integrasi nilai Qur'ani dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam memiliki implikasi yang terukur terhadap pembentukan karakter digital yang kritis, santun, dan bertanggung jawab.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, pemahaman QS. Al-Hujurat ayat 6 peserta didik kelas XI SMAN 3 Sumedang berada pada kategori cukup baik (65,76%), sedangkan etika bermedia sosial berada pada kategori baik (80,35%). Hasil regresi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dengan persamaan  $Y = 30,549 + 0,293X$ , nilai korelasi 0,469 (sedang) dan signifikansi 0,005 (< 0,05). Koefisien determinasi sebesar 0,220 menunjukkan kontribusi 22%. Artinya, semakin baik pemahaman nilai tabayyun, semakin baik pula etika bermedia sosial. Secara teoretis, temuan ini menegaskan bahwa pemahaman nilai Qur'ani berdampak tidak hanya secara kognitif, tetapi juga pada pembentukan sikap kritis dan tanggung jawab digital.

Penelitian selanjutnya disarankan memperluas jumlah dan karakteristik responden agar hasil lebih representatif. Selain itu, dapat menambahkan variabel lain seperti literasi digital, kontrol diri, pola asuh, atau intensitas penggunaan media sosial. Penggunaan pendekatan mixed methods juga dianjurkan agar proses internalisasi nilai tabayyun dalam perilaku digital peserta didik dapat dikaji secara lebih mendalam dan komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, E. N. (2023). *Nilai-nilai Pendidikan Islam pada QS Al-Hujurat Ayat 6 dan Relevansinya dengan Etika Bermedia Sosial di Era Generasi Alpha*.
- Bertens, K. (2021). *Etika*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fatma, S. N. (2022). *Etika Bermedia Sosial dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurat Ayat 6, 11-13 dan Relevansinya dengan Pembentukan Akhlakul Karimah*.
- Fensi, F. (2020). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER SISWA SMA & SMK BHINNEKA TUNGGAL IKA , JAKARTA The Role of Social Media in The Formation of Characters for Bhineka Tunggal Ika High School , Jakarta*. 82–88.
- Ghojali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryadi, R. N., Utarinda, D., Poetri, M. S., & Sunarsi, D. (2023). Peran teknologi informasi dalam meningkatkan pembelajaran bahasa Inggris. *Jurnal Informatika Utama*, 1(1), 28-35.
- Husni, R., Utomo, E., & Rizqa, M. (2023). *Moderasi Beragama dalam Masyarakat 5.0: Analisis QS. Al-Hujurat Ayat 13 dan Etika Sosial Digital*.
- Karina, M., Irawan, I. N., Yusnaeni, Y., Ramayanti, T. P., Lubis, R. B. F. P., & Lubis, A. (2025). Program Pelatihan Optimalisasi Manajemen Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Digital di SMK Tunas Bangsa Depok. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 5(1), 691-698.
- Launuha, W. A. (2024). *Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik pada Materi QS. Al-Hujurat Ayat 6 melalui Problem Based Learning (PBL)*.
- Luluk Dwi Utami, Qiso, A. A., & Nafisah, A. (2022). *Facebook Hoax: Etika Berkomunikasi di Media Sosial Analisis QS. Al-Hujurat Ayat 6*.
- Maria, Y., Sari, Z., & Rinjani, E. D. (2025). *Pendidikan Agama di Tengah Arus Media Sosial dan Krisis Karakter Pelajar Abstrak Data Pusat Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Agama dan*. 1(1), 1–14.
- Muhaimin. (2004). *Paradigma Pendidikan Islam: Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Islam di Sekolah*. Remaja Rosdakarya.
- Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Setia Ningsih, & Dukulang, H. (2019). *Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi*. 1, 43–53.
- Shihab, M. Q. (2002). *Pesan kesan, dan Kesorasian Al-Qur'an*. Lentera Hati.
- Sudjana, N. (2009). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Suherly, T., Azizahwati, & Rahmad, M. (2023). *Jurnal Paedagogy: Jurnal Paedagogy* : 10(2), 494–503.