

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP SIKAP KEAGAMAAN MAHASISWA PAI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Amir Nurrohman Hidayatullah¹, Marsudi Iman²

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta¹

amir.nurrohman.fai21@umy.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of the intensity of TikTok use on the religious attitudes of UMY PAI students of the 2021 batch. This type of research is field research, while the approach used is a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires distributed to UMY PAI students of the 2021 batch. The analysis was carried out using a simple linear regression model. The results showed that the use of the TikTok application by students in consuming religious content was in the moderate category with an average score of 53.81. These results indicate that most students use the TikTok application neither too excessively nor too minimally. Meanwhile, the religious attitudes of PAI students of the 2021 batch were mostly in the good category, the average value of students' religious attitudes was 52.57. These results indicate that the majority of students have quite high religious attitudes, which are most likely influenced by factors such as social environment, spiritual experience, life needs, intellectual development, religious motivation and age. The results of the simple regression test showed that the intensity of TikTok application use had an influence of 32.7% on students' religious attitudes. This means that the more active students are in accessing and utilizing religious and positive content on TikTok, the more their religious attitudes will increase.

Keywords: Influence, TikTok usage intensity, religious attitudes, PAI students

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap sikap keagamaan mahasiswa PAI UMY angkatan 2021. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa PAI UMY angkatan 2021. Analisis dilakukan dengan model regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok mahasiswa dalam mengonsumsi konten keagamaan berada dalam kategori sedang dengan rata-rata skor 53,81. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok tidak terlalu berlebihan maupun terlalu minim. Sementara itu, sikap keagamaan mahasiswa PAI angkatan 2021 sebagian besar berada dalam kategori baik, nilai rata-rata sikap keagamaan mahasiswa adalah 52,57. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki sikap keagamaan yang cukup tinggi, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti lingkungan sosial, pengalaman spiritual, kebutuhan hidup, perkembangan intelektual, motivasi beragama serta usia. Hasil uji regresi sederhana menunjukkan bahwa intensitas penggunaan aplikasi TikTok memberikan pengaruh sebesar 32,7% terhadap sikap keagamaan mahasiswa. Artinya adalah, semakin aktif mahasiswa dalam mengakses



dan memanfaatkan konten religius dan positif di TikTok, semakin meningkat pula sikap keagamaan mereka.

Kata kunci: *Pengaruh, Intensitas penggunaan TikTok, sikap keagamaan, mahasiswa PAI*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara berkomunikasi, bersosialisasi, dan berinteraksi. Salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan remaja saat ini adalah TikTok. Menurut Zaputri¹, TikTok adalah aplikasi yang memberikan spesial *effect* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi sosial video ini juga memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunaannya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan banyak lagi².

Menurut Auliya et al.³ berdasarkan survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4%. Terhitung sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8%. Kemudian secara berurutan, 73,7% di 2020, 77,01% di 2022, dan 78,19% di 2023. Berdasarkan gender, kontribusi penetrasi internet Indonesia banyak bersumber dari laki-laki 50,7% dan perempuan 49,1%. Sementara dari segi umur, orang yang berselancar di dunia maya ini mayoritas adalah Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40%. Lalu, berusia generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62%. Kemudian berikutnya, Gen X (kelahiran 1965-1980) sebanyak 18,98%, Post Gen Z (kelahiran kurang dari 2023) sebanyak 9,17%, baby boomers (kelahiran 1946-1964)

¹ “Dampak Kecanduan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling IAIN Batusangkar SKRIPSI Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1),” *Jurnal Komunikasi*, 2021, 1–59.

² Wilga Secsio Ratsja Putri, Nunung Nurwati, and Meilanny Budiarti S., “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja,” *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>.

³ “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja Di Indonesia,” *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa* 1, no. 1 (2023): 57, <https://doi.org/10.47256/jhnb.v1i1.297>.

sebanyak 6,58% dan pre boomer (kelahiran 1945 sebanyak 0,24%. Dalam melakukan survei pengguna internet Indonesia ini, APJII menggaet konsultan Indektat dengan metode survei wawancara tatap muka yang melibatkan 8.720 responden 38 provinsi Indonesia. Adapun, survei ini dilakukan sejak 18 Desember 2023 sampai 19 Januari 2024. Adapun, metode penentuan sampel menggunakan metode multistage random sampling, margin of error 1,1% dan relative standard error 0,43%.⁴

Popularitas TikTok semakin meningkat dengan fitur-fitur kreatif yang mudah diakses, menjadikan aplikasi ini sebagai salah satu media utama bagi remaja untuk mengekspresikan diri dan terlibat dengan komunitas daring. aplikasi tiktok dilihat dari nilai reviewnya yang sangat tinggi di Play Store maupun App Store yaitu 4,6. Rating yang hampir sempurna, memadukan *Artificial Intelligence* dan *Image Capture*. di Google Play atau Play Store rata-rata yang mengomentari aplikasi tiktok ini adalah kaum hawa dan remaja-remaja di bawah umur⁵.

Namun, menurut Rabiaturun⁶, di balik pertumbuhan pesat penggunaan TikTok, muncul kekhawatiran terkait dampak media sosial ini terhadap sikap dan perilaku remaja, termasuk dalam aspek keagamaan. Sikap keagamaan mencakup nilai, keyakinan, dan perilaku yang terkait dengan pemahaman dan pengamalan ajaran agama. Bagi remaja yang masih berada dalam fase pembentukan identitas, media sosial dapat memainkan peran yang besar dalam membentuk persepsi mereka tentang agama dan bagaimana mereka menjalankannya⁷.

Berbicara tentang teknologi dan media sosial, hal ini tentu akan berkaitan juga dengan waktu. Karena sekarang ini apabila seseorang memegang gadget terlebih lagi anak muda tentu akan menghabiskan waktu yang lama hingga terkadang tidak sadar sudah banyak sekali menghabiskan waktu untuk bermain media sosial.

⁴ Auliya, Yahya, and Hurryos.

⁵ Lutfiana Allisa and Agus Triyono, "Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak," *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2023): 26–38, <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13070>.

⁶ "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok Terhadap Sikap Apatitis Pada Remaja," *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia (Indonesian Health Scientific Journal)* 8, no. 2 (2023): 1–6, <https://doi.org/10.51933/health.v8i2.1053>.

⁷ Ilma Yusra and Rida Yanna Pramanita, "Kontribusi Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang," *Journal Of Social Science Research Volume* 3 (2023): 1694–1705, <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0AKontribusi>.

Penelitian ini berusaha mengeksplorasi pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap sikap keagamaan mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini penting dilakukan mengingat media sosial, terutama TikTok, memiliki potensi besar untuk mempengaruhi cara pandang dan perilaku keagamaan remaja, baik secara positif maupun negatif. Vivi Juli Pratiwi et al.⁸ mengemukakan bahwa, salah satu efek negatif dari penggunaan media sosial secara berlebihan adalah membuat remaja ataupun pengguna media sosial tiktok menjadi malas dan jarang bersosialisasi secara langsung dengan orang lain sehingga berpotensi menjadi orang yang anti sosial. Di satu sisi, platform ini bisa menjadi sarana dakwah yang efektif jika dimanfaatkan dengan bijak. Namun, di sisi lain, eksposur terhadap konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai keagamaan juga berpotensi menurunkan tingkat kesadaran dan komitmen keagamaan⁹.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas tentang hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dan sikap keagamaan mahasiswa. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi pendidikan agama yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan era digital, sekaligus memberikan wawasan kepada para pendidik agama dan institusi pendidikan tinggi Islam tentang cara terbaik dalam membimbing remaja di era media sosial yang semakin kompleks.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data dan penampilan data¹⁰. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisis pada data numerik (angka) yang kemudian dianalisis dengan metode statistik yang sesuai. Biasanya, penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian inferensial untuk menguji hipotesis. Hasil uji statistik dapat

⁸ “Pengaruh Voucher Diskon Belanja Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dikalangan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang,” *Student Scientific Creativity Journal* 1, no. 2 (2023): 391–400, <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i2.1839>.

⁹ Danis Milania Rasmitasari, Abdul Rahman, and Nurhadi Nurhadi, “Pengaruh Intensitas Mengakses TikTok Terhadap Tingkat Prokrastinasi Akademik Siswa SMA N 3 Sragen,” *JUPE : Jurnal Pendidikan Mandala* 7, no. 4 (2022): 1055–60, <https://doi.org/10.58258/jupe.v7i4.4433>.

¹⁰ Sandu Siyoto and M. Ali Soduk, *Dasar Metodologi Penelitian*, 2015.

menyajikan signifikansi hubungan yang dicari. Sehingga, arah hubungan yang diperoleh bergantung pada hipotesis dan hasil uji statistik, bukan logika ilmiah

Variabel penelitian terdiri dari dua, yakni variabel bebas (Independen) yang merupakan intensitas penggunaan TikTok dan juga variabel terikat (Dependen), yaitu sikap keagamaan mahasiswa. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa PAI UMY angkatan 2021 yang berjumlah 96 orang. Karena jumlahnya kurang dari 100, maka semua mahasiswa dijadikan sebagai subjek penelitian dan tidak ada sampel. Dalam pelaksanaannya, semua mahasiswa diberi angket dan yang Kembali adalah sejumlah 42 angket. Sehingga penelitian ini adalah penelitian populatif.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/angket yang melibatkan pengiriman pertanyaan dan jawaban tertulis kepada responden sehingga dapat dijawab. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa angket atau kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya oleh peneliti. Kuesioner yang digunakan disusun oleh peneliti dengan mempertimbangkan pernyataan-pernyataan yang telah ada sebelumnya. Instrumen ini bertujuan untuk memperoleh data dari responden, yaitu mahasiswa PAI Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2021.

Adapun untuk uji instrumen penelitian, peneliti melakukan uji validitas, kemudian apabila data sudah valid dilanjutkan dengan uji reliabilitas, lalu uji asumsi klasik, uji normalitas, uji linearitas dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Sikap Keagamaan Mahasiswa

1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada data penelitian ini menggunakan teknik uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan IBM SPSS Statistics 25. Uji normalitas perlu dilakukan karena merupakan salah satu persyaratan yang harus dilalui sebelum melakukan uji regresi linier sederhana. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah nilai residual mengikuti distribusi normal atau tidak. Keputusan yang diambil berdasarkan uji normalitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data penelitian dianggap berdistribusi normal.

- b. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data penelitian dianggap tidak berdistribusi normal.

Hasil dari uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		42	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.07325492	
Most Extreme Differences	Absolute	.103	
	Positive	.103	
	Negative	-.065	
Test Statistic		.103	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.306	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.295
		Upper Bound	.318

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan teknik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Dengan demikian data tersebut dinyatakan normal dan dapat digunakan untuk melakukan uji prasyarat selanjutnya.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan uji regresi linear sederhana. Pedoman untuk menentukan apakah hubungan antara variabel bebas dan terikat linier atau tidak, berdasarkan nilai *deviation from linearity*:

- Jika nilai signifikan hitung lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dinyatakan tidak linear.
- Jika nilai signifikan hitung lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), maka hubungan tersebut dinyatakan linear.

Hasil uji linearitas mengenai pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap sikap keagamaan mahasiswa PAI Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Angkatan 2021 dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 25. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Sikap Keagamaan * Penggunaan TikTok	Between Groups	(Combined)	129.436	16	8.090	.586	.865
		Linearity	14.171	1	14.171	1.027	.320
		Deviation from Linearity	115.265	15	7.684	.557	.880
		Within Groups	344.850	25	13.794		
Total			474.286	41			

Berdasarkan hasil di atas, diperoleh besarnya F_{tabel} yaitu 0,557 sedangkan nilai dari signifikansi *deviation from linearity* yaitu 0,880. Signifikansi dari tabel anova di atas 0,880 lebih besar dari 0,05 ($0,880 > 0,05$) yang berarti terdapat hubungan linier antara intensitas pengguna aplikasi TikTok dan sikap keagamaan mahasiswa. Dengan demikian data tersebut dapat digunakan untuk melakukan uji regresi linear sederhana.

3. Uji hipotesis

Setelah melalui tahapan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji linieritas, data penelitian ini dapat dilanjutkan untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan uji hipotesis. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan metode regresi linier sederhana menggunakan IBM SPSS 25.0.

Tabel 3. Input Variabel

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penggunaan TikTok ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Sikap Keagamaan

b. All requested variables entered.

Dari tabel di atas atau tabel Variables Entered/Removed menjelaskan mengenai variabel yang dimasukkan ke dalam analisis serta metode yang digunakan. Dalam penelitian ini variabel penggunaan TikTok berperan sebagai variabel independen (X) sedangkan variabel dependen (Y) adalah hasil yang dipengaruhi yaitu sikap keagamaan dan model yang diterapkan dalam analisis ini menggunakan metode enter.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.590 ^a	.327	.316	5.391

a. Predictors: (Constant), Penggunaan TikTok

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,327 maka, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan TikTok memiliki pengaruh terhadap sikap keagamaan mahasiswa sebesar 0,327 atau 32,7%. Hasil tersebut diperoleh berdasarkan rumus $0,327 \times 100\% = 32,7\%$. Adapun sisanya dipengaruhi faktor lain sebesar 67,3%. Nilai hitung tersebut didapat menggunakan rumus $100\% - 32,7\% = 67,3\%$.

Tabel 5. Hasil Uji Persamaan Garis Regresi

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	44.646	7.108		6.281	,000
	Penggunaan TikTok	.547	.132	.174	6.984	.000

a. Dependent Variable: Sikap Keagamaan

Berdasarkan tabel hasil uji di atas dapat diketahui bahwa nilai *constant* (a) sebesar 44,646 sedangkan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,547 sehingga persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 44,646 + 0,547X$$

Dari persamaan di atas dapat diartikan bahwa variabel (Y) atau sikap keagamaan mahasiswa sebesar 44,646 dan koefisien X sebesar 0,547.

- a. Nilai *constant* (a) 44,646 artinya bahwa penggunaan aplikasi TikTok akan sebesar 44,646 apabila sikap keagamaan mahasiswa sama dengan nol ($X=0$). Dapat diartikan bahwa sikap keagamaan mahasiswa akan menurun apabila tidak ada penggunaan aplikasi TikTok.
- b. Koefisien regresi untuk variabel penggunaan aplikasi TikTok sebesar 0,547 menunjukkan bahwa setiap penambahan satu poin dalam variabel penggunaan aplikasi TikTok maka hal tersebut akan meningkatkan sikap keagamaan mahasiswa sebesar 0,547 kali.

Hipotesis alternatif (H_a) yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap sikap keagamaan mahasiswa PAI Angkatan 2021 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Keputusan diambil berdasarkan dua metode pengujian hipotesis, yaitu pengambilan keputusan berdasarkan analisis regresi dengan melihat nilai signifikansi (sig) pada output SPSS dan pengambilan keputusan berdasarkan hasil nilai uji t. Hasil analisis menggunakan IBM SPSS 25.0 menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($6,984 > 1,683$) dan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini

menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima yang berarti penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh secara signifikan terhadap sikap keagamaan mahasiswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diterima mendukung adanya pengaruh penggunaan aplikasi TikTok sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi sikap keagamaan mahasiswa. Hal tersebut sejalan dengan beberapa penelitian, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Allisa & Triyono¹¹ yang menyimpulkan bahwa media sosial Tiktok memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat religiusitas siswa. Artinya siswa dapat meningkatkan ketakwaan dan keimanan mereka melalui terpaan tayangan yang diberikan oleh media sosial Tiktok.

Intensitas penggunaan TikTok juga berpotensi untuk mempengaruhi sikap keagamaan mahasiswa itu sendiri baik dalam segi positif maupun negatif. Dampak tersebut tergantung pada jenis konten yang sering mereka akses serta frekuensi penggunaan mereka pada aplikasi TikTok. Penelitian dari Siahaan Chontina, Putra Abdiel¹² menunjukkan bahwa media sosial tiktok memberikan dua dampak dari hal yang positif hingga negatif. Sehingga, perlu perhatian dan kewaspadaan terhadap remaja dalam penggunaan tiktok. Setiap konten yang ditayangkan dan disaksikan oleh remaja harus bisa dimaknai dengan baik agar mampu membentuk karakter yang baik pula.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yudi Fitriyadi (2023) yang mengungkapkan bahwa beberapa dampak dari terlalu sering menggunakan media sosial adalah meningkatnya risiko kecanduan internet, terganggunya kualitas tidur, serta dapat memicu perilaku negatif seperti cyberbullying, kekerasan dan pornografi. Salah satu aplikasi yang sering digunakan oleh para generasi ini adalah TikTok. Aplikasi yang populer ini memiliki berbagai dampak positif dan negatif. Di sisi positif dapat meningkatkan keterampilan dan kreativitas remaja tetapi di satu sisi, dalam dampak negatifnya remaja dapat menjadi kecanduan sehingga mengganggu aktivitas tidur dan belajar.

Secara keseluruhan, TikTok adalah platform dengan potensi besar untuk hiburan, ekspresi diri, dan pembelajaran. Namun, seperti alat digital lainnya, ia juga membawa risiko yang perlu diwaspadai dan dikelola dengan bijak. Penting bagi pengguna, terutama generasi muda, untuk

¹¹ "Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak."

¹² "Studi Literatur: Media Sosial 'Tiktok' Dan Pembentukan Karakter Remaja," 2022.

memiliki literasi digital yang baik agar dapat memanfaatkan sisi positif TikTok sekaligus meminimalkan dampak negatifnya. Orang tua dan pendidik juga memiliki peran krusial dalam membimbing penggunaan TikTok yang bertanggung jawab dan aman. Menurut Wiramaya dkk¹³ berbagai media sosial, terutama platform seperti TikTok, memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman ajaran Islam di kalangan Generasi Z Muslim. Para peneliti menekankan bahwa intensitas interaksi dengan konten keagamaan secara online dapat meningkatkan pengetahuan agama dan hasil belajar mereka. Selain itu, media sosial juga mempengaruhi perilaku keagamaan, dengan eksposur terhadap konten keagamaan di platform seperti Facebook dan Twitter menunjukkan pengaruh dalam mengurangi ujaran kebencian serta meningkatkan minat pada praktik keagamaan. Secara paralel, penelitian sebelumnya menyoroti bahwa media sosial berperan dalam proses hibridisasi identitas keagamaan Generasi Z, memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi identitas melalui ekspresi diri dan pencarian pengetahuan agama secara online. Secara keseluruhan, hal ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya memengaruhi pemahaman agama dan perilaku keagamaan, tetapi juga memainkan peran penting dalam membentuk identitas keagamaan Generasi Z di tengah dinamika lingkungan perkotaan saat ini.

Berdasarkan hasil analisis regresi, diketahui bahwa intensitas penggunaan TikTok berpengaruh sebesar 32,7% terhadap sikap keagamaan mahasiswa PAI UMY. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin sering mahasiswa mengakses dan memanfaatkan konten keagamaan di TikTok, semakin positif pula kecenderungan sikap keagamaannya.

Temuan ini mendukung Teori Use and Effect yang menjelaskan bahwa media sosial tidak hanya sekadar digunakan sebagai sarana komunikasi atau hiburan, tetapi juga memiliki efek pada perilaku, sikap, dan cara berpikir penggunanya. Sesuai teori ini, konten yang dikonsumsi pengguna akan membentuk respon kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), dan konatif (tindakan). Dalam hal ini, mahasiswa yang memanfaatkan TikTok untuk menonton konten dakwah, motivasi Islami, dan edukasi agama, cenderung mengalami penguatan nilai-nilai keagamaan. Sebaliknya, apabila penggunaannya lebih dominan pada konten hiburan yang kurang mendidik, maka efeknya dapat berkurang atau bahkan negatif.

¹³ “Pengaruh Media Sosial Terhadap Akidah Generasi Z Muslim Di Perkotaan” 4 (2024): 130–42.

Selain itu, hasil penelitian ini juga relevan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam QS. Al-Asr ayat 1-3 sebagai pengingat agar waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial tidak terbuang sia-sia, tetapi diarahkan untuk hal-hal yang bermanfaat

وَالْعَصْرِ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَّصَوْا بِالصَّبْرِ

Demi masa, sesungguhnya manusia benar-benar berada dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan beramal saleh serta saling menasihati untuk kebenaran dan kesabaran. (QS. Al-Asr: 1-3)

Ayat ini mengingatkan bahwa di tengah perkembangan teknologi, mahasiswa tetap perlu mengelola waktu dengan bijak agar media sosial seperti TikTok dapat memberikan manfaat spiritual dan mencegah pemborosan waktu untuk hal yang tidak bermanfaat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa, Intensitas mahasiswa PAI UMY angkatan 2021 menggunakan aplikasi TikTok dalam kategori sedang. Nilai rata-rata penggunaan aplikasi TikTok dalam mengonsumsi konten keagamaan adalah 53,81 dengan standar deviasi 4,020. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar Mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok tidak terlalu berlebihan maupun terlalu minim. Kemudian sikap keagamaan mahasiswa PAI angkatan 2021 berada dalam kategori baik, Nilai rata-rata sikap keagamaan mahasiswa adalah 52,57 dengan standar deviasi 3,401.

Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas Mahasiswa memiliki sikap keagamaan yang cukup tinggi, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti lingkungan sosial, pengalaman spiritual, kebutuhan hidup, perkembangan intelektual, motivasi beragama serta usia. Dan untuk hasil uji regresi sederhana menunjukkan bahwa intensitas penggunaan aplikasi TikTok memberikan pengaruh sebesar 32,7% terhadap sikap keagamaan mahasiswa. Artinya adalah, semakin aktif mahasiswa dalam mengakses dan memanfaatkan konten religius dan positif di TikTok, semakin meningkat pula sikap keagamaan mereka. Sebaliknya, mengonsumsi konten yang tidak mendukung nilai-nilai agama dapat berdampak negatif terhadap mahasiswa itu sendiri.



Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas sampel penelitian tidak hanya terbatas pada mahasiswa PAI UMY, tetapi juga melibatkan mahasiswa dari program studi atau bahkan mungkin universitas lain untuk generalisasi yang lebih kuat. Penggunaan metode yang lebih variatif juga akan sangat bermanfaat untuk menggali lebih dalam persepsi dan pengalaman mahasiswa. Selain itu, mempertimbangkan variabel lain yang mungkin relevan, seperti tingkat religiusitas awal atau jenis konten TikTok yang paling sering diakses, dapat memberikan wawasan baru. Terakhir, melakukan penelitian untuk mengamati perubahan sikap keagamaan dalam jangka waktu yang lebih panjang akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dampak intensitas penggunaan TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

- Allisa, Lutfiana, And Agus Triyono. “Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak.” *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, No. 1 (2023): 26–38. <https://doi.org/10.30596/Ji.V7i1.13070>.
- Auliya, Achmad Alie, Aliefan Badar Yahya, And Faizah Kanahaya Huryos. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja Di Indonesia.” *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa* 1, No. 1 (2023): 57. <https://doi.org/10.47256/Jhnb.V1i1.297>.
- Putri, Wilga Secsio Ratsja, Nunung Nurwati, And Meilanny Budiarti S. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja.” *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, No. 1 (2020). <https://doi.org/10.24198/Jppm.V3i1.13625>.
- RABIATUN, RABIATUN. “Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Aplikasi Tiktok Terhadap Sikap Apatis Pada Remaja.” *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia (Indonesian Health Scientific Journal)* 8, No. 2 (2023): 1–6. <https://doi.org/10.51933/Health.V8i2.1053>.
- Rasmitasari, Danis Milania, Abdul Rahman, And Nurhadi Nurhadi. “Pengaruh Intensitas Mengakses Tiktok Terhadap Tingkat Prokrastinasi Akademik Siswa SMA N 3 Sragen.” *JUPE: Jurnal Pendidikan Mandala* 7, No. 4 (2022): 1055–60. <https://doi.org/10.58258/Jupe.V7i4.4433>.



Siahaan Chontina, Putra Abdiel, Adrian Donal. “Studi Literatur: Media Sosial ‘Tiktok’ Dan Pembentukan Karakter Remaja,” 2022.

Siyoto, Sandu, And M. Ali Soduk. *Dasar Metodologi Penelitian*, 2015.

Vivi Juli Pratiwi, Furqon Efendi, Muchammad Fariz, Khairani Zikrinawati, And Zulfa Fahmy. “Pengaruh Voucher Diskon Belanja Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dikalangan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang.” *Student Scientific Creativity Journal* 1, No. 2 (2023): 391–400. <https://doi.org/10.55606/Sscj-Amik.V1i2.1839>.

Wiramaya, Devi Sastika. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Akidah Generasi Z Muslim Di Perkotaan” 4 (2024): 130–42.

Yusra, Ilma, And Rida Yanna Primanita. “Kontribusi Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang.” *Journal Of Social Science Research Volume 3* (2023): 1694–1705. <https://j-innovative.org/index.php/innovative%0akontribusi>.

Zaputri, Meri. “Dampak Kecanduan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling IAIN Batusangkar SKRIPSI Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1).” *Jurnal Komunikasi*, 2021, 1–59.