



Dakwatul Islam

Jurnal Ilmiah Prodi PMI

Institut Agama Islam Diniyah Pekanbaru

Volume (9) Nomor (1), Desember 2024

<https://ojs.diniyah.ac.id/index.php/DakwatulIslam>

P-ISSN: 2581-0987 E-ISSN: 2828-5484

DAKWAH TIKTOK : PENGARUHNYA TERHADAP RELIGIUSITAS MAHASISWA

Lux Luil, Ahmad Maulana Anshori, Moralely Hendrayani

Alumni Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Email: luxluil2003@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu Pengaruh Dakwah Media Sosial Tiktok Terhadap Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru sebanyak 92 orang dengan teknik pengambilan sampel purposive random sampling. Program olah data yang digunakan adalah software IBM SPSS for windows versi 27. Berdasarkan hasil penelitian analisis yang telah dilakukan melalui uji regresi linear sederhana menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara dakwah menggunakan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru dapat dilihat nilai koefisien regresi dari setiap penambahan 1% nilai religiusitas maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,538. Kemudian pada uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai r_{hitung} sebesar 0,351 yang mana hal ini menyatakan bahwa pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen sebesar 35,1%. Maka, hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi dakwah menggunakan media sosial TikTok (X) berpengaruh pada tingkat religiusitas mahasiswa(Y).

Kata Kunci : Pengaruh, Dakwah Media Sosial, TikTok, Religiusitas.

Abstract

This research aims to find out a positive influence of social media Tik Tok on the level of student religiosity. This research methodology uses a qualitative approach. The sample used in this research are IAI Diniyyah Pekanbaru students with a total of 92 students, using a purposive random sampling technique. Data collection techniques use questionnaires and observation. The data processing program used in this research is IBM SPSS for Windows version 27 software. Meanwhile, based on the results of the analysis carried out through a simple linear regression test, it is stated that there is a positive influence between da'wah using social media TikTok on the level of religiosity of IAI Diniyyah Pekanbaru students. This can be seen from the regression coefficient value for every 1% addition of the religiosity value, the participation value increases by 0.538. The simple linear regression test shows the r_{count} value of 0.351 indicating that the influence between the independent variable and the dependent variable is 35.1%. Then the test results show that H_0 is rejected and H_a is accepted, so da'wah using the social media TikTok (X) influence on the level of student religiosity (Y)

Keywords : Influence, Social Media Da'wah, TikTok, Religiosity.

Pendahuluan

Islam merupakan sebuah keyakinan yang dianut oleh umat muslim yaitu suatu agama dakwah yang selalu mendorong pemeluknya untuk terus aktif dalam melakukan kegiatan berdakwah. Dengan adanya dakwah inilah yang menjadikan agama Islam sebagai mayoritas keyakinan yang dianut oleh masyarakat Indonesia. Terdapat sebanyak 207 juta jiwa yang menganut agama Islam di Indonesia, sehingga menjadikan agama Islam memiliki persentase tertinggi dari kebanyakan agama yang ada di Indonesia yaitu dengan persentase 87,2%. (Indonesia.go.id, 2023)

Kata dakwah secara bahasa berasal dari bahasa Arab yaitu dari kata *da'ā-yad'ū-da'watan* yang artinya memanggil, menyeru, dan mengajak. Sedangkan menurut Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa dakwah adalah seruan untuk mengimani ajaran yang dibawa-Nya dan para rasul-Nya, meneguhkan berita-berita yang disampaikan oleh mereka dan mengikuti perintah-perintah-Nya. Syekh Ali Mahfudz menyatakan bahwa dakwah adalah sebuah ajakan untuk menyeru manusia kepada kebaikan dan Allah Swt. Hal ini bertujuan sebagai petunjuk untuk menyeru mereka kepada akhlak yang baik dan melarang mereka mengikuti akhlak yang buruk agar mereka sejahtera di dunia dan di akhirat. (Naja, 2017)

Dakwah dikatakan sebagai sebuah kegiatan pembimbingan yang mendalam, perubahan, penyampaian dan penyebaran ajaran Islam di lingkungan masyarakat. Dakwah juga mencakup makna firman Allah Swt dan sabda Rasulullah SAW agar umat manusia mengimani ajaran Islam dan menerapkan ajaran yang diyakininya dalam keadaan apapun di kehidupannya dari dakwah inilah akan terlihat bahwa agama bukan hanya berisikan kepercayaan, namun juga sebagai pilar kehidupan seseorang untuk mengatur sistem kehidupan manusia.

Media massa saat ini telah memasuki era yang disebut sebagai Media Baru (new media). Media baru (new media) merupakan sebutan untuk teknologi informasi dan komunikasi (Haris et al., 2023) yang baru muncul dengan penggunaan sistem berbasis internet pada periode abad-20 ini. (Febriana, 2021) Tentu saja hal ini memudahkan bagi sebagian orang untuk membantu mereka menambah ilmu keagamaan dan mendapatkan informasi terupdate tentang Islam, pada masa sekarang hanya dengan melalui sebuah handphone mereka dapat mengakses kajian dari internet maka segala hal yang ingin dicari akan terpaparkan dengan jelas, materi yang didengar

dan dilihat dapat diulang berkali-kali tanpa perlu datang ke majlis ataupun menyetel radio dan siaran televisi mereka, Sehingga dengan perkembangan zaman yang terus mendesak seorang pendakwah untuk mengikuti perkembangan zaman dalam menyebarkan ilmu serta kebaikan maka mereka harus lebih update untuk tidak tertinggal dengan berbagai kecanggihan teknologi pada masa kini, Terutama dalam menggunakan media sosial. Hari ini dapat kita lihat bahwasannya media dakwah dalam penyampaian pesan-pesan dakwah sudah banyak sekali, Dimulai dari adanya platform Instagram, Youtube, dan TikTok. Dan salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh para Da'i pada saat ini adalah dakwah melalui aplikasi TikTok.

Penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah oleh para pendakwah untuk berbagi ilmu sangat mempunyai respon positif. Sehingga statement orang-orang yang menganggap TikTok sebagai aplikasi yang hanya berisi konten video yang tidak bermanfaat kini berubah menjadi aplikasi yang berisikan konten positif salah satunya ialah dakwah untuk menyaingi konten yang tidak bermanfaat tersebut. Tentu saja hal ini menjadi metode penyampaian dakwah yang relevan pada era teknologi saat ini.

Banyaknya pengguna media sosial TikTok yang menjadikan TikTok sebagai media dakwah tersebut tentunya akan berdampak terhadap peningkatan kereligiusan seseorang dalam beragama. Adapun jenis konten yang diajikan dalam media sosial TikTok diantaranya ialah konten Motivasi, Inspirasi, Nasehat, Hijrah, Sejarah, dan Do'a-Do'a. Menurut Nashori dan Mucharman yang dimaksud dengan agama adalah tolak ukuran pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan ibadah dan aqidah, serta seberapa dalam seseorang menghayati agama yang dianutnya.(Alwi, 2014)

Pada penelitian ini penulis telah melakukan observasi langsung kepada mahasiswa Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru untuk mempertanyakan bagaimana pandangan mereka tentang konten dakwah yang mereka lihat di aplikasi TikTok. Kemudian penulis mendengarkan tanggapan para mahasiswa yang penulis dengar bahwa "Media TikTok membawa dampak negatif dan juga positif bagi penggunaannya, adapun sisi positifnya adalah memberikan kemudahan akses berkomunikasi dengan banyak orang, memperluas relasi pertemanan, hingga jarak dan waktu tidak perlu diperhitungkan lagi dan juga sebagai wadah memperlihatkan esensi diri pada dunia. serta dengan adanya TikTok memudahkan untuk mengakses berbagai informasi penting salah satunya konten dakwah yang sering sekali masuk di beranda

TikTok dan ini cukup membantu untuk menambah pengetahuan agama. Konten dakwah yang sering dilihat adalah kajian Ustadzah Halimah Alaydrus melalui siaran langsung ustadzah tersebut karena telah mengikuti akun tersebut. Akan tetapi, ada juga sisi negatif dari konten dakwah yang ada terkadang menjadi ambigu akibat perbuatan oknum yang tidak bertanggung jawab dengan memanipulasi dan mengeditnya sehingga menimbulkan kesalahpahaman dan perdebatan.”

Berdasarkan fakta dilapangan bahwa pada perkembangan zaman sekarang ini yang menunjukkan semakin banyak bermunculan para Da'i melakukan dakwah melalui media sosial. Sehingga hal tersebut menarik banyak orang untuk lebih sering mendengarkan dakwah-dakwah melalui media sosial terutama media sosial TikTok. Mahasiswa yang berkuliah di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru atau Disebut sebagai mahasiwa IAI Diniyyah Pekanbaru rata-rata mereka telah memiliki akun TikTok di smartpone androidnya. Berdasarkan latar belakang tersebutlah, dapat disimpulkan rumusan masalah penelitian yaitu Pengaruh media sosial TikTok terhadap religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.

Pengaruh ialah suatu daya dan upaya dari seseorang maupun benda untuk membuat objek yang dipengaruhi mengikuti perubahan yang akan dilakukan oleh orang atau benda yang mengupayakan perubahan tersebut. Pengaruh juga berasal dari faktor internal dan eksternal manusia, Dengan adanya pengaruh maka perubahan dapat terjadi.

Agar penelitian ini lebih terarah maka peneliti menggunakan teori Stimulus-Organisme-Respon (SOR), Menurut Muktaf terdapat sebuah teori yang memiliki persepsi tentang dampak timbal balik dari sebuah media yang digunakan oleh orang-orang. Teori ini disebut sebagai teori SOR (Stimulus-Organism-Response) yang merupakan komponen sikap, pendapat, tingkah laku, pengetahuan, perhatian dan penafsiran. Teori ini merupakan asumsi yang menyebabkan terjadinya perubahan tingkah laku mengenai kualitas stimulus yang digunakan organisme untuk membentuk suatu perubahan atau respon.(Primadewi et al., 2022)

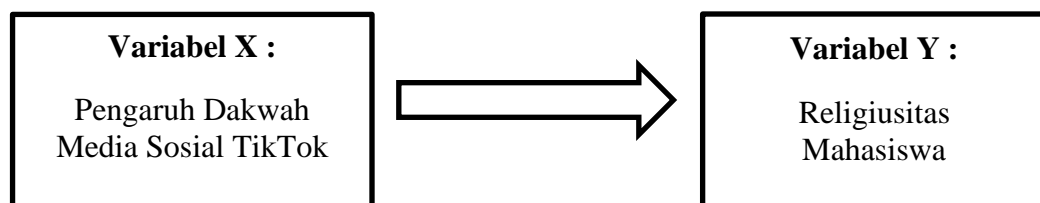
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Solehudin program studi S1 di Universitas Islam Indonesia Tahun 2022 dengan judul skripsi “Pengaruh Media Sosial Terhadap Kehidupan Religius Mahasiswa PAI 2018 di Universitas Indonesia”. Dalam penelitian ini Solehudin memfokuskan penelitiannya pada bagaimana dampak atau pengaruh positif sosial media terhadap kehidupan religius mahasiswa di Universitas

Islam Indonesia PAI 2018 dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. untuk populasinya adalah mahasiswa PAI angkatan 2018. yang mana pengambilan sampel sebesar 50% dari 172 mahasiswa aktif, dengan begitu ditemukan 86 mahasiswa yang menjadi sumber penelitian dan diambil secara random sampling. Dalam Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa: pertama, Adanya pengaruh media sosial terhadap kehidupan religius mahasiswa PAI 2018 dengan melihat nilai S_{ij} di tabel coefficient sebesar $0,000 < 0,05$ dan terdapat pengaruh positif media sosial terhadap kehidupan religius dengan melihat tabel coefficient sebesar $t_{hitung} 3.768$ sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti media sosial (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kehidupan religius (Y). (Solehudin, 2022).

Metode

Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif yakni sebuah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data melalui sebuah instrumen pengukuran dengan cara menyebarkan kuesioner. Adapun metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono adalah sebuah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang dipakai untuk mempelajari populasi/sampel. Pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak dan pengumpulan datanya menggunakan sebuah instrumen penelitian, penelitian kuantitatif dilakukan untuk menguji dan mengkonfirmasi hipotesis yang terkonfirmasi. (Abdullah et al., 2021)

Pengaruh Dakwah Media Sosial TikTok Terhadap Religiusitas Mahasiswa IAI
Diniyyah Pekanbaru.



Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian korelasi dan menggunakan sumber data primer yang perolehan dan pengolahan datanya langsung dari penulis tanpa melalui perantara. Adapun pengertian dari jenis penelitian korelasi ialah salah satu metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif dengan tujuan mengidentifikasi

sejauh mana suatu faktor berhubungan dengan satu faktor atau lebih yang berdasarkan pada koefisien yang ada. (Abdullah et al., 2021)

Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS for windows versi 27. Kemudian perolehan sumber data yang berasal dari penulis sendiri dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner kepada mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.

Angket atau kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis angket atau kuesioner dengan pernyataan tertutup atau skala likert karena responden harus memberikan hanya satu jawaban yang dianggap benar. (Aryanto, 2018)

Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru yang menggunakan media sosial TikTok untuk menonton konten-konten dakwah. Jumlah keseluruhan mahasiswa yang ada di IAI Diniyyah Pekanbaru, sebanyak 1178 mahasiswa. (Valentino Andressi, 2024)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Purposive Random Sampling untuk menentukan jumlah sampel. Metode ini dilakukan dengan memperhatikan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh penulis. (Prof. Dr. Sugiyono, 2022)

Rumus perhitungan besaran sampel yaitu rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase kesalahan sampel, a = 0,1 (10%)

Sehingga sampel yang dapat diambil :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

N = 1178

= 1178/1 + 1178 (0,1)²

= 1178/1 + 1178 x 0,01

= 1178/1 + 11,78

= 1178/12,78

= 92,1 diambil sampel sebanyak 92 orang.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini akan menganalisis tentang Pengaruh dakwah menggunakan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru, yang respondennya adalah mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru dengan jumlah sampel 92 orang dari total keseluruhan mahasiswa sebanyak 1178 orang mahasiswa. (Valentino Andressi, 2024)

Asal jurusan mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru yang penulis fokuskan penelitian ini pada jenjang pendidikan Strata 1 saja. Jadi, Responden penelitian ini berasal dari 3 fakultas yang ada di IAI Diniyyah Pekanbaru, Dimana setiap jurusannya memiliki 2 Program studi Pertama, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan dengan Program studi Pendidikan Agama Islam dan Pendidikan Islam Anak Usia Dini. Kedua, Fakultas Dakwah memiliki Program studi Pengembangan Masyarakat Islam dan Psikologi Islam. Ketiga, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam mempunyai Program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Berikut ini merupakan tabel penjelas besaran persentase asal responden penelitian ini :

responden penulis berasal dari 6 jurusan yaitu jurusan Pendidikan Agama Islam dengan persentase tertinggi sebanyak 52,2%, Kedua terdapat jurusan Pengembangan Masyarakat Islam dengan persentase sebanyak 18,5%, Ketiga ada jurusan Perbankan Syariah dengan Persentase 15,2%, Keempat ada jurusan Ekonomi Syariah dengan persentase 4,3%, Kelima ada jurusan Pendidikan Islam Anak Usia Dini dengan Persentase 5,4 %, Kemudian Yang Keenam ada jurusan Psikologi Islam dengan persentase 4,3 %.

Kemudian, Kriteria Responden berdasarkan jenis kelamin berasal dari kalangan laki-laki dan perempuan yang berstatus sebagai mahasiswa di IAI Diniyyah Pekanbaru. Adapun besaran persentase yang dapat peneliti jabarkan dari jenis kelamin responden penelitian adalah jumlah total responden perempuan sebanyak 65 orang dengan nilai persentase tertinggi 41,4 % dari pada jumlah total responden laki-laki sebanyak 27 orang yang secara keseluruhan nilai persentasenya hanya mencapai 29,3%.

2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

No.Item	r_{hitung}	$r_{tabel\ 5\%}$	Kriteria	
X1	0,286	0,172	Valid	Reliabel
X2	0,590	0,172	Valid	Reliabel
X3	0,453	0,172	Valid	Reliabel
X4	0,601	0,172	Valid	Reliabel
X5	0,455	0,172	Valid	Reliabel
X6	0,384	0,172	Valid	Reliabel
X7	0,426	0,172	Valid	Reliabel
X8	0,480	0,172	Valid	Reliabel
X9	0,330	0,172	Valid	Reliabel
X10	0,358	0,172	Valid	Reliabel
X11	0,631	0,172	Valid	Reliabel
X12	0,309	0,172	Valid	Reliabel
X13	0,681	0,172	Valid	Reliabel
X14	0,638	0,172	Valid	Reliabel
X15	0,268	0,172	Valid	Reliabel
X16	0,621	0,172	Valid	Reliabel
X17	0,247	0,172	Valid	Reliabel
X18	0,402	0,172	Valid	Reliabel
X19	0,638	0,172	Valid	Reliabel
X20	0,506	0,172	Valid	Reliabel

Dari tabel diatas, Maka sapat disimpulkan bahwa rata-rata $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan ini semua variabel X dinyatakan Valid. Sedangkan untuk uji reabilitasnya dengan nilai *cronbach alpha* $0,801 > 0,6$, Maka dinyatakan semua Variabel X Reliabel.

No.Item	r_{hitung}	$r_{tabel\ 5\%}$	Kriteria	
Y1	0,487	0,172	Valid	Reliabel
Y2	0,507	0,172	Valid	Reliabel
Y3	0,392	0,172	Valid	Reliabel
Y4	0,527	0,172	Valid	Reliabel
Y5	0,579	0,172	Valid	Reliabel
Y6	0,403	0,172	Valid	Reliabel
Y7	0,433	0,172	Valid	Reliabel
Y8	0,652	0,172	Valid	Reliabel
Y9	0,390	0,172	Valid	Reliabel
Y10	0,476	0,172	Valid	Reliabel
Y11	0,333	0,172	Valid	Reliabel
Y12	0,291	0,172	Valid	Reliabel
Y13	0,370	0,172	Valid	Reliabel
Y14	0,483	0,172	Valid	Reliabel
Y15	0,317	0,172	Valid	Reliabel
Y16	0,485	0,172	Valid	Reliabel
Y17	0,294	0,172	Valid	Reliabel
Y18	0,370	0,172	Valid	Reliabel
Y19	0,576	0,172	Valid	Reliabel
Y20	0,454	0,172	Valid	Reliabel

Dari tabel diatas, Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan ini semua variabel Y dinyatakan Valid. Sedangkan untuk uji reabilitasnya dengan nilai *cronbach alpha* $0,760 > 0,6$, Maka dinyatakan semua Variabel Y Reliabel.

3. Uji Normalitas

Pada pengujian normalitas, penulis menggunakan uji Normalitas *Kolmogorof-Smirnof*, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

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

- b. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		5,51299847
Most Extreme Differences	Absolute		,059
	Positive		,049
	Negative		-,059
Test Statistic			,059
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		,603
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,590
		Upper Bound	,615

Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27

Berdasarkan tabel Output SPSS diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai Signifikansi *Asymp.Sig. (2-Tailed)* Sebesar $0,200 > 0,05$. Maka hal ini sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* diatas dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan variabel Independen. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Jika nilai Sig. Deviation from linearity $>0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan terikat
- Jika nilai Sig. Deviation from linearity $<0,05$, maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan terikat.

Uji Linearitas

			F	Sig.
Tingkat Religiusitas * Dakwah Media Sosial TikTok	Between Groups	(Combined)	2,755	,000
		Linearity	50,483	,000
		Deviation from Linearity	1,109	,358
	Within Groups			
	Total			

Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27

Berdasarkan tabel hasil uji linearitas diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig. From linearity sebesar $0,358 > 0,05$, maka disimpulkan terdapat adanya hubungan yang linear antara variabel independen (Dakwah media sosial TikTok) terhadap variabel dependen (tingkat Religiusitas).

5. Uji Korelasi

Uji korelasi adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan dua variabel atau lebih variabel yang berbeda dan digambarkan dengan ukuran koefisien korelasi.

Uji Korelasi

		Dakwah Media Sosial TikTok	Tingkat Religiusitas
Dakwah Media Sosial TikTok	Pearson Correlation	1	,593**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
Tingkat Religiusitas	Pearson Correlation	,593**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikasi pada variabel dakwah media sosial TikTok dan Tingkat Religiusitas yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dengan demikian variabel Dakwah media sosial TikTok dan Tingkat Religiusitas memiliki hubungan atau dikatakan berkorelasi. Pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa Pearson Correlation pada variabel

Dakwah media sosial TikTok dan Tingkat Religiusitas yaitu sebesar 0,593 dengan derajat hubungan antara kedua variabel tersebut adalah korelasi kuat.

6. Uji Regresi Linear Sederhana

a. Uji Determinasi (R Square)

Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X (Dakwah media sosial TikTok) dan variabel Y (Tingkat Religiusitas), penulis telah melakukan analisis dengan menggunakan regresi linear sederhana menggunakan bantuan SPSS *for windows versi 27*. Maka adapun hasil output dari analisis regresi linear sederhana terdapat pada tabel di bawah ini.

Koefisien determinasi (R Square) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (Dakwah media sosial TikTok) dalam mempengaruhi variabel dependen (Tingkat Religiusitas). Sebagai berikut :

Uji Determinasi

Hasil Uji Determinasi (Model Summary ^b)				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,593 ^a	,351	,344	5,544

Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27

Berdasarkan tabel hasil uji Determinasi Model Summary di atas dapat diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,351 (35,1 %). Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi, variabel independen (Dakwah menggunakan media sosial TikTok) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Tingkat Religiusitas) sebesar 35,1 %. Maka pada uji determinasi ini berada pada kriteria penafsiran cukup kuat.

b. Uji ANOVA

Uji Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1498,691	1	1498,691	48,768	,000 ^b

	Residual	2765,77 7	90	30,731		
	Total	4264,46 7	91			

Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27

Pada tabel ANOVA di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 48,768 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel Religiusitas atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara variabel Independen (Media sosial TikTok) terhadap Variabel Dependen (tingkat Religiusitas).

c. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39,209	6,451		6,078	,000
	X	,538	,077	,593	6,983	,000

Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Constant (a) sebesar 39,209, Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,538, Sehingga persamaan regresinya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 39,209 + 0,538X$$

- 1) Konstanta sebesar 39,209, mengandung artian bahwa nilai konsisten variabel Religiusitas adalah sebesar 39,209.
- 2) Koefisien regresi variabel Media sosial TikTok sebesar 0,538 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai religiusitas, maka nilai partisipasi

bertambah sebesar 0,538. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Religiusitas merupakan internalisasi agama yang paling bermakna dan diwujudkan dalam tindakan dan perilaku sehari-hari. Dalam penelitian ini religiusitas diukur dengan skala religiusitas yang dibuat penulis berdasarkan dimensi religiusitas yang diungkapkan oleh Glock dan Stark yang berpendapat bahwa dimensi religiusitas terdiri dari lima, yaitu keyakinan kepada tuhan (religious belief), Praktik keagamaan (religious practice), Pengalaman (religious effect), Penghayatan (religious felling), dan Pengetahuan agama (religious knowledge). (Sungadi, 2020)

Lima tolak ukur itulah yang digunakan untuk mengetahui sikap keagamaan seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku dalam kehidupan sehari-hari sesuai kadar ketaatan dalam beragama untuk itu sikap religiusitas sangat penting dalam kehidupan

Dapat dikatakan bahwasannya religiusitas dipengaruhi melalui faktor eksternal yang kemudian dijalankan sesuai keinginan yang berasal dari dalam diri manusia itu sendiri, sehingga muncullah sifat dan sikap yang mencerminkan nilai keagamaan dalam kehidupannya. Selain itu tentunya pengetahuan juga akan mempengaruhi sikap seorang individu baik itu pengetahuan yang didapatkan secara langsung maupun melalui media sosial TikTok.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dituliskan, maka penulis menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dari penggunaan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Pengaruh positif tersebut juga telah dibuktikan pada uji Koefisien regresi menggunakan SPSS for windows Versi 27, variabel Media sosial TikTok sebesar 0,538 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai religiusitas, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,538. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Pengaruh positif tersebut berasal dari konten dakwah yang diunggah melalui media sosial TikTok, Sehingga hal ini berdampak pada kehidupan dan juga tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Salah satunya adalah memberikan

pengetahuan baru seputar ajaran islam, baik itu tentang sejarah, motivasi, nasehat, maupun doa sehari-hari yang mungkin belum diketahui sebagian orang. Selain memberikan pengetahuan baru media sosial TikTok menjadi sarana komunikasi dan informasi yang membantu mempermudah serta memperluas jangkauan jaringan pertemanan.

Menurut Muktaf terdapat sebuah teori yang memiliki persepsi tentang dampak timbal balik dari sebuah media yang digunakan oleh orang-orang. Teori ini disebut sebagai teori SOR (Stimulus-Organism-Response) yang merupakan sebuah komponen sikap, opini, prilaku, pengetahuan, perhatian serta penafsiran. Teori ini merupakan sebuah asumsi yang menjadi penyebab terjadinya perubahan prilaku terhadap kualitas stimulus yang digunakan oleh organism sehingga membentuk sebuah perubahan atau response.(Primadewi et al., 2022)

Berdasarkan jabaran mengenai pengaruh dakwah melalui media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru yang berada pada tingkat cukup kuat yaitu sebesar 35,1 %. Dapat dikatakan bahwasannya penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari akan membentuk sebuah karakter dan prilaku kehidupan yang baru dari penggunaannya dan media sosial sebaiknya dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya karena media sosial memiliki andil yang cukup berpengaruh dalam mempengaruhi prilaku kehidupan seseorang. Media sosial TikTok dalam penggunaan yang baik akan membawa dampak positif dan akan sangat bermanfaat bagi penggunaannya.

Simpulan

Terdapat pengaruh positif dari penggunaan media sosial TikTok sebagai media dakwah dalam meningkatkan kereligiusitan mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru dengan dilakukannya uji regresi linear sederhana menggunakan SPSS for windows Versi 27, variabel Media sosial TikTok sebesar 0,538 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai religiusitas, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,538. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Kemudian, Terdapat pengaruh juga yang signifikan antara Pengaruh dakwah menggunakan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat

dari uji deteminasi diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,351 (35,1 %). Menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi, variabel independen (Dakwah menggunakan media soisial TikTok) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Tingkat Religiusitas) sebesar 35,1 %. Maka pada uji determinasi ini berada pada kriteria penafsiran cukup kuat. Sedangkan 65,9 % religiusitas mahasiswa dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Referensi

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2).
- Alwi, S. (2014). *Perkembangan Religiusitas Remaja*. 128.
- Aryanto, U. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 1, 32–41.
- Febriana, A. (2021). Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah ; Stusi Kasus Ustad Syam, di Akun @syam _ elmarusy. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(02), 180–194. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Haris, M., Adilah, A. R., & Laksana, B. I. (2023). TIGA STRATEGI KOMUNITAS GENKOMPAK MENINGKATKAN KETERAMPILAN PUBLIC SPEAKING GENERASI MUDA. *TATHWIR: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 14(2), 123–133.
- Indonesia.go.id, R. (2023). *Portal Informasi Indonesia*. INDONESIA.GO.ID. <https://www.indonesia.go.id/profil/agama#:~:text=Mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama,adalah Al-Qur'an>.
- Naja, H. N. (2017). *Peran Dakwah Jama'ah Tabligh Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Masyarakat Bangan Desa Boto Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban*. 102.
- Primadewi, S., Fitriasari, W., & Adhysti W, K. (2022). Shinta Primadewi, Wiwik Fitriasari, Kallista Adhysti W Universitas Budi Luhur, Jakarta. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (Sostech)*, 2(10), 846–856.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (M. P. Setiyawami, S.H., Ed.; 2022nd ed.). Alfabeta.

- Solehudin. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kehidupan Religius Mahasiswa Pai 2018 Di Universitas Islam Indonesia. *Jurnal Reforma*, VI(02), 55–65.
- Sungadi, S. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Kematangan Karier Pustakawan Kajian Empiris pada Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta. *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*, 11(1), 15–34. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol11.iss1.art3>
- Valentino Andressi, S. K. (2024). *Hasil Wawancara wawancara narasumber staff PD-DIKTI IAI Diniyyah Pekanbaru.*