

FENOMENA: Jurnal Penelitian

Volume 15, No. 2, 2023

e-issn 2615 – 4900; p-issn 2460 – 3902

DOI: <http://doi.org/10.21093/fj.v15i2.8555>

Analisis Dakwah TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa: Studi Kasus pada Pengguna Aktif TikTok di Kalangan Mahasiswa UPI

Ayu Lestari Budiarti

Universitas Pendidikan Indonesia

ayulestari137@upi.edu

Erlin Nisa Alviyah

Universitas Pendidikan Indonesia

erlinnisaalviyah@upi.edu

Ira Triana

Universitas Pendidikan Indonesia

iratrianapak22@upi.edu

Noviana Ayu Lestari

Universitas Pendidikan Indonesia

novianaayulestari@upi.edu

Rahma Jamilah

Universitas Pendidikan Indonesia

rahmajamilahpak22@upi.edu

Salma Adriyani Putri Saptaji

Universitas Pendidikan Indonesia

salmaadriyani@upi.edu

Pandu Hyangsewu

Universitas Pendidikan Indonesia

hyangsewu@upi.edu

Abstract

This study aims to analyze the influence of da'wah (Islamic preaching) through the TikTok application on the level of religiosity among students at the Indonesian University of Education (UPI). Utilizing a descriptive qualitative method, data were collected through an online questionnaire completed by 100 UPI student respondents with specific criteria. The results indicate that TikTok is an extremely popular platform among students, with high frequency and duration of use. In addition to entertainment, TikTok is also utilized for self-development. Da'wah content on TikTok is frequently encountered by users, with main topics such as daily life in Islam, motivation for worship, and reminders of the afterlife. The majority of users feel that da'wah content on TikTok positively influences their understanding, practices, and religious attitudes. Despite challenges related to credibility and depth of information, TikTok has great potential as an effective source of Islamic knowledge for students.

Keywords: *TikTok, Da'wah, Religiosity, Students, Social Media*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dakwah melalui aplikasi TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Dengan memanfaatkan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui kuesioner online yang diisi oleh 100 responden mahasiswa UPI dengan kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok merupakan platform yang sangat populer di kalangan mahasiswa dengan frekuensi dan durasi penggunaan yang tinggi. Selain untuk hiburan, TikTok juga dimanfaatkan untuk pengembangan diri. Konten dakwah di TikTok sering dijumpai oleh pengguna, dengan topik utama seperti kehidupan sehari-hari dalam Islam, motivasi ibadah, dan pengingat akhirat. Mayoritas pengguna merasa konten dakwah di TikTok berpengaruh positif terhadap pemahaman, praktik, dan sikap keagamaan mereka. Meskipun ada tantangan terkait kredibilitas dan kedalaman informasi, TikTok memiliki potensi besar sebagai sumber pengetahuan Islam yang efektif bagi mahasiswa.

Kata Kunci: *TikTok, Dakwah, Religiusitas, Mahasiswa, Media Sosial*

A. Pendahuluan

TikTok telah menjadi platform media sosial yang diminati oleh berbagai kalangan masyarakat di seluruh penjuru dunia, termasuk di Indonesia. Aplikasi ini memiliki daya tarik yang melintasi batas usia, status sosial, maupun profesi. Baik generasi milenial maupun Gen Z merupakan

pengguna aktif TikTok.¹ Selain itu, aplikasi ini juga dimanfaatkan oleh individu dari berbagai latar belakang ekonomi, mulai dari kalangan atas hingga kalangan bawah. Tidak hanya itu, TikTok telah diadopsi oleh selebriti maupun masyarakat awam, menunjukkan popularitasnya yang melampaui batas-batas tradisional.

Data dari perusahaan riset aplikasi Business of Apps mengungkapkan bahwa TikTok merupakan aplikasi dengan jumlah unduhan tertinggi di Indonesia pada tahun 2023. Platform video pendek milik ByteDance ini mencatat angka unduhan yang luar biasa, mencapai 67,4 juta kali di wilayah Indonesia sepanjang tahun tersebut. Pencapaian ini menegaskan popularitas TikTok di kalangan pengguna internet Tanah Air dan menjadikannya sebagai aplikasi paling diminati untuk diunduh dan digunakan.

Tabel 1. Data Aplikasi Paling Banyak Diunduh di Indonesia (2023)

No	Nama Data	Jumlah (Juta)
1	TikTok	67,4
2	Capcut	53,9
3	Facebook	52,8
4	Instagram	50,6

Sumber: Databoks

Di era modern ini, penyebaran dakwah Islam mengalami perkembangan yang sangat pesat. Setiap individu memiliki kesempatan untuk berbagi dan mengingatkan sesama tentang kebaikan, kapan pun dan di mana pun. Dakwah dan komunikasi memiliki keterkaitan yang erat. Para pendakwah di media sosial menyampaikan pesan-pesan dakwah mereka dengan beragam cara, tidak hanya melalui teks atau ucapan lisan, tetapi juga memanfaatkan gambar, suara, ceramah, dan mengikuti tren yang sedang berkembang. Dakwah merupakan sarana penting bagi kemajuan dan perkembangan Islam saat ini dan di masa mendatang. Menurut filsafat ilmu dakwah Al-Faruqi, agama Islam tidak dapat menolak dakwah kecuali memiliki kekuatan intelektual yang memadai. Dengan demikian, berdakwah merupakan sebuah kewajiban bagi umat Muslim.²

Fenomena tren TikTok telah membuka peluang baru dalam penyebaran dakwah secara kreatif dan inovatif. Platform ini dimanfaatkan oleh para dai untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara

¹ Ginting, D. R., Habib, F., Mansyursyah, & Siregar, R. A. (2024). Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara. *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan*, 1(3).

² Rahayu, P. Y., Lubis, R. E., Restika, A. J., Septiani, T., & Zubaidah. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah di UIN Fatmawati Kota Bengkulu. *DAWUH: Da'wah & Communication Islamic Journal*, 3(2).

yang menarik dan mudah diterima oleh kalangan muda. Berdakwah melalui TikTok dinilai lebih efektif karena kaum muda cenderung menyukai konten yang disajikan secara kreatif, visual yang memikat, serta gaya penyampaian yang segar dan kekinian. Salah satu karakteristik utama TikTok yang menawarkan format video pendek dan kemudahan dalam berbagi konten menjadikannya platform yang sangat sesuai dengan gaya hidup dan preferensi generasi muda saat ini.

Sejalan dengan pesatnya pertumbuhan pengguna TikTok, terutama di kalangan mahasiswa, konten dakwah di platform ini memiliki potensi untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini menjadikan pengaruh konten dakwah TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa sebagai isu penting yang perlu mendapat perhatian. Di antara situs media sosial yang berkembang pesat di dunia, TikTok merupakan salah satu platform yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam waktu relatif singkat.

Dengan kombinasi video pendek, efek visual menarik, dan fitur-fitur interaktif lainnya, TikTok menawarkan cara baru bagi para da'i untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara lebih atraktif dan relevan dengan gaya hidup generasi muda saat ini. Namun, perlu disadari bahwa efektivitas dakwah melalui TikTok sangat bergantung pada kreativitas, kualitas konten, serta kemampuan untuk menarik perhatian dan mendorong keterlibatan audiens. Penggunaan media sosial khususnya TikTok sebagai sarana untuk berdakwah telah dilakukan oleh banyak pendakwah di Indonesia. Salah satu contohnya adalah Kadam Sidik, seorang pendakwah muda yang memanfaatkan Tiktok sebagai platform dakwahnya. Tiktok memiliki pengguna dari berbagai kalangan, termasuk remaja di Indonesia. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Marini³ menyatakan bahwa TikTok merupakan media dakwah yang tepat untuk menjangkau sasaran dakwah. Dengan adanya konten dakwah di platform Tiktok, yang tidak hanya diakses oleh orang dewasa tapi oleh seluruh kalangan, pengaruh dari konten ini bisa saja berdampak pada tingkat keagamaan seseorang. Termasuk bagi mahasiswa, konten dakwah tersebut bisa saja mempengaruhi tingkat religiusitas mereka.

Religiusitas atau keberagaman adalah kondisi di mana seseorang terdorong untuk bertindak dan hidup sesuai dengan ajaran agamanya. Ini mencerminkan seberapa dalam seseorang memahami dan menerapkan keyakinannya, terutama dalam menjalankan ibadah sehari-hari. Tingkat

³ Allisa, L., & Triyono, A. (2023). Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13070>

religiusitas tiap individu bisa bervariasi, dipengaruhi oleh banyak faktor seperti lingkungan, pendidikan, keluarga, dan budaya. Setiap orang memiliki tingkat pemahaman yang berbeda mengenai agamanya, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai sumber, termasuk media sosial Tiktok.

B. Kajian Pustaka

1. Pengertian Dakwah

Istilah dakwah berasal dari kata bahasa Arab "da'a", "yad'u", dan "da'watan" yang memiliki makna seruan, ajakan, dan panggilan. Secara istilah, dakwah mengacu pada suatu proses di mana seseorang menyeru atau mengajak manusia lain untuk beriman kepada Allah SWT dan menjalankan kehidupan sesuai dengan tuntunan ajaran-ajaran-Nya. Kegiatan ini melibatkan upaya mendorong manusia untuk berbuat kebaikan selaras dengan syariat Islam, sekaligus mencegah mereka dari melakukan perbuatan-perbuatan tercela. Tujuan utama dakwah adalah untuk mencapai kebahagiaan dan keselamatan baik di dunia maupun di akhirat kelak.⁴

Fungsi dakwah sangat signifikan, karena dakwah dapat menginspirasi individu untuk mengamalkan ajaran Islam, sehingga mereka selalu hidup sesuai dengan nilai-nilai dan tindakan yang sesuai dengan ajaran agama. Tujuannya adalah menciptakan masyarakat Muslim yang menerapkan ajaran Islam secara tepat dalam menghadapi tantangan zaman.⁵

Hamzah Yaqub membagi makna media dakwah dibagi menjadi tiga kelompok sebagai berikut:⁶

1. Komunikasi lisan, contoh media massa adalah siaran yang berbentuk ucapan atau suara, seperti radio, telepon, dan telepon genggam.
2. Buku cetak, berupa gambar, seni rupa, dan lain-lain.
3. Gambaran visual yang berupa bunyi langsung, bunyi dan gambar, misalnya televisi, video, film, dan sebagainya.

2. Pengertian TikTok

TikTok merupakan platform yang memungkinkan penggunaanya membuat video musik pendek dengan dilengkapi berbagai efek dan fitur pendukung. Aplikasi ini diluncurkan pada September 2016 dan dikembangkan oleh Zhang Yiming, seorang lulusan teknik perangkat lunak

⁴ Sari, N. I. (2023). Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi Tiktok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap. Dalam *Institut Agama Islam Negeri (IAIN)*.

⁵ Sari, A. F., & Ni'amah, L. U. (2022). Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00). *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah*, 02(1).

⁶ Efendy, E., Asmar, D., & Sitorus, T. F. M. (2024). Pengaruh Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah terhadap Mahasiswa Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 1019-1028.

dari Universitas Nankai, Tiongkok. Yiming adalah pendiri perusahaan teknologi ByteDance yang berdiri sejak Maret 2012, di mana TikTok menjadi salah satu produk unggulan yang lahir dari perusahaan tersebut. ByteDance menjadi wadah pengembangan bagi aplikasi TikTok yang kini telah menjadi fenomena global dengan basis pengguna yang besar di seluruh dunia.

Banyak pendakwah di Indonesia telah memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk menyebarkan dakwah, termasuk Husain, seorang pendakwah muda yang memilih TikTok sebagai medium dakwahnya. Dia memilih TikTok karena platform ini memiliki beragam pengguna, termasuk remaja di Indonesia. Sebagai target dakwahnya, TikTok menjadi media yang sesuai untuk mendekati mereka.

3. Pengertian Religiusitas

Azlan mengatakan bahwa religiusitas adalah melakukan ibadah secara teratur (istiqamah), konsisten, dan tanpa adanya tekanan dari pihak lain, didasari oleh keikhlasan, ketulusan, kepasrahan, kerendahan hati, serta harapan akan rahmat dan keridhaan dari Tuhan.⁷

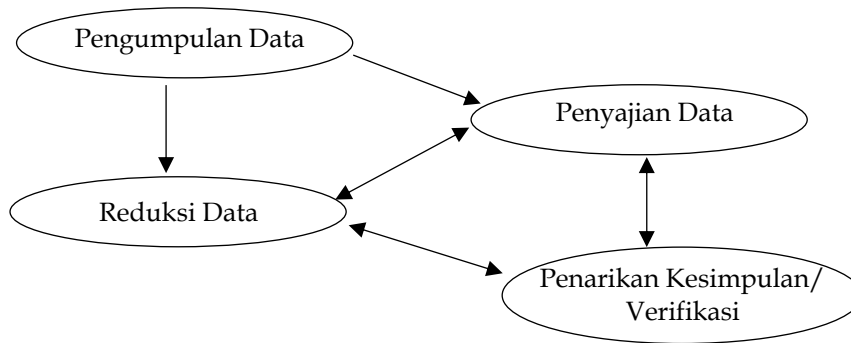
Religiusitas atau tingkat keberagamaan seseorang dapat dilihat dari tiga aspek utama. Pertama, keyakinan, yang mencerminkan sejauh mana seseorang meyakini kebenaran ajaran-ajaran inti dan dogma dalam agamanya, terutama ajaran-ajaran yang bersifat fundamental. Kedua, praktik keagamaan, yang mengacu pada seberapa jauh individu tersebut melaksanakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Ketiga, pengalaman spiritual, yang berkaitan dengan pengalaman-pengalaman batin yang diperoleh dan dirasakan seseorang selama menjalankan ajaran agama yang dianutnya. Ketiga faktor ini menjadi indikator untuk mengukur tingkat religiusitas atau keberagamaan individu dalam konteks keyakinan, praktik, dan penghayatan ajaran agama yang dianutnya.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1994). Berdasarkan konsep tersebut, sebuah penelitian dilaksanakan melalui empat tahap, yaitu: 1) Pengumpulan Data; 2) Reduksi Data; 3) Penyajian Data; 4) Verifikasi/Penarikan Kesimpulan. Tahapan-tahapan ini dilakukan dengan fokus pada kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data terkait dengan pengaruh dakwah TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa.

⁷ Azlan, N. A. M., Abidin, N. S. Z., Saabar, S. S., & Alimom, N. (2020). Spiritualizing New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Malaysian Muslim. *International Journal of Advanced Research in Islamic and Humanities*, 2(1), 30-41.

Gambar 1. Desain Penelitian Miles & Huberman



Sumber: Miles & Huberman (1994)

Subjek penelitian dilakukan pada 100 mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Diisi secara *online* dengan fokus pada kuesioner sebagai alat pengumpulan data melalui Google Form kepada responden yang terdiri dari seluruh fakultas dan beberapa Kampus Daerah Universitas Pendidikan Indonesia dengan kriteria tertentu dari rentang usia 18 sampai 22 tahun, jenis kelamin dan tingkat semester.

Tabel 2. Kriteria Responden

Tingkat	Jumlah Mahasiswa	Status Pengguna
Semester 2	16	Pengguna aktif TikTok
Semester 4	64	Pengguna aktif TikTok
Semester 6	16	Pengguna aktif TikTok
Semester 8	4	Pengguna aktif TikTok
	100	

Sumber: Data Diolah 2024

Peneliti menggunakan kuesioner yang disebar melalui platform WhatsApp dan Instagram dengan jawaban terbuka untuk menghimpun data serta menggali informasi terkait implikasi yang bisa merepresentasikan dakwah TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa. Data yang telah terkumpul kemudian diolah dengan tahapan sebagai berikut.

Data-data yang diperoleh dari jawaban responden akan dipelajari terlebih dahulu. Kemudian dilakukan mengategorikan jawaban berdasarkan kriteria kemiripan ide yang dikemukakan oleh responden. Setelah jawaban dikategorikan, langkah selanjutnya yaitu mendeskripsikan dan menganalisis data untuk memahami serta memaknai setiap jawaban yang diberikan responden. Langkah akhir dari penelitian ini yaitu membahas seluruh hasil tabulasi, deskripsi dan analisis jawaban yang diberikan responden. Pembahasan dilakukan secara komprehensif sehingga dapat memberikan gambaran menyeluruh dari hasil penelitian.

D. Temuan

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden, jawaban-jawaban responden dikelompokkan berdasarkan kesamaan ide dan disajikan dalam tabel tabulasi data berikut:

Tabel 3. Tabulasi Data Kategori Frekuensi Penggunaan TikTok

No	Pertanyaan	Kategori	F	%
1	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok dalam sehari?	Sangat Sering	20	20%
		Sering	48	48%
		Jarang	31	31%
2	Seberapa lama waktu yang Anda habiskan untuk mengakses TikTok?	<1 JAM	28	28%
		1-2 JAM	42	42%
		3-4 JAM	14	14%
		>5 JAM	16	16%
3	Kapan Anda mengakses TikTok?	Setiap hari	55	55%
		Sesekali	45	45%

Sumber: Data Diolah 2024

Dari data di atas terlihat bahwa TikTok merupakan platform yang sering digunakan oleh kalangan mahasiswa dengan durasi penggunaan yang bervariasi. Sebagian besar pengguna mengakses aplikasi ini setiap hari dengan waktu penggunaan yang cukup signifikan, yakni antara 1 hingga 2 jam per hari. Ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki daya tarik yang kuat dan mampu mempertahankan perhatian penggunanya dalam durasi yang cukup lama setiap harinya.

Tabel 4. Tabulasi Data Kategori Tujuan Penggunaan TikTok

No	Pertanyaan	Kategori	F	%
1	Mengapa Anda menggunakan TikTok?	Hiburan	58	58%
		Pengembangan diri	42	42%

Sumber: Data Diolah 2024

Data di atas menunjukkan bahwa distribusi dari kedua kategori hampir seimbang antara hubungan dan pengembangan diri. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok berhasil menarik audiens dengan berbagai kebutuhan dan minat. TikTok tidak hanya menjadi platform hiburan semata tetapi juga menjadi alat yang berguna untuk pembelajaran dan pengembangan diri. Data tersebut mengindikasikan bahwa TikTok berfungsi ganda sebagai platform hiburan dan alat pengembangan diri. Dengan sebagian besar pengguna memanfaatkan TikTok untuk hiburan dan sebagian lagi untuk pengembangan diri, TikTok telah menjadi platform yang

serbaguna, memenuhi kebutuhan berbagai segmen pengguna dengan minat yang beragam.

Tabel 5. Tabulasi Data Kategori Konten Dakwah TikTok

No	Pertanyaan	Kategori	F	%
1	Seberapa sering Anda menemukan Konten Dakwah di TikTok?	Sangat Sering	10	10%
		Sering	46	46%
		Kadang-Kadang	21	21%
		Jarang	18	18%
		Jarang Sekali	5	5%
2	Konten Dakwah apa yang sering Anda tonton di TikTok?	Kehidupan Sehari-hari dan Tuntunan Islam	49	49%
		Pengingat Akhirat dan Motivasi Ibadah	16	16%
		Fiqih dan Muamalah	12	12%
		Konten Toleransi, Syukur, dan Ketenangan Hati	8	8%
		Motivasi dan Inspirasi Hidup	15	15%
3	Siapa kreator dakwah di TikTok yang sering Anda tonton?	Ustadz Abdul Somad	33	33%
		Ustadz Adi Hidayat	16	16%
		Kadam Sidik	30	30%
		Ustadz Hanan Attaki	19	19%
		Oki Setiana Dewi	2	2%
4	Apakah Anda mencari tahu kebenaran mengenai konten dakwah yang Anda tonton?	Iya	77	77%
		Tidak	23	23%

Sumber: Data Diolah 2024

Dari data yang kami peroleh menunjukkan bahwasanya TikTok merupakan platform yang efektif untuk menyebarkan konten dakwah, dengan mayoritas pengguna sering menemukan dan menonton berbagai jenis konten dakwah. Konten yang paling populer adalah yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari dan tuntunan Islam, diikuti oleh motivasi ibadah dan pengingat akhirat. Beberapa kreator dakwah memiliki pengaruh besar, terutama Ustadz Abdul Somad dan Kadam Sidik. Selain itu, mayoritas pengguna TikTok menunjukkan kesadaran akan pentingnya memverifikasi kebenaran konten dakwah yang mereka tonton, yang merupakan indikasi positif dari literasi digital di kalangan pengguna.

Tabel 6. Tabulasi Data Kategori Dampak Penggunaan TikTok dalam Dakwah

No.	Pertanyaan	Kategori	F	%
1	Apakah menurut Anda TikTok dapat menjadi sumber pengetahuan Islam yang efektif bagi Mahasiswa?	Iya	92	92%
		Tidak	8	8%

Sumber: Data Diolah 2024

Data diatas menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai sumber pengetahuan Islam yang efektif bagi mahasiswa, dengan hampir keseluruhan responden mendukung pandangan ini. Namun, ada juga tantangan yang perlu diatasi, seperti masalah kredibilitas dan kedalaman informasi. Dengan pendekatan yang tepat, TikTok bisa menjadi alat dakwah yang sangat bermanfaat dalam menyebarkan pengetahuan Islam kepada generasi muda.

Tabel 7. Tabulasi Data Kategori Analisis Religiusitas

No.	Pertanyaan	Kategori	F	%
1	Bagaimana menurut Anda pengaruh konten dakwah TikTok terhadap pemahaman Anda tentang nilai-nilai agama?	Sangat Berpengaruh	17	17%
		Berpengaruh	57	57%
		Cukup Berpengaruh	26	26%
2	Apa yang membuat Anda tertarik untuk menonton konten dakwah di TikTok?	Menarik	69	69%
		Relevan	31	31%
3	Bisakah Anda menyebutkan beberapa hal yang telah Anda pelajari atau pahami tentang agama melalui konten dakwah di TikTok?	Kehidupan Sehari-hari dan Tuntunan Islam	29	29%
		Pengingat akan Akhirat dan Motivasi Ibadah	20	20%
		Fiqih dan Muamalah	29	29%
		Konten Toleransi, Syukur, dan Ketenangan Hati	13	13%
		Motivasi dan Inspirasi Hidup	9	9%
4	Bagaimana menurut Anda konten dakwah di TikTok mempengaruhi praktik keagamaan Anda sehari-hari?	Sangat Berpengaruh	48	48%
		Berpengaruh	40	40%
		Cukup	12	12%
		Berperngaruh		
5	Apakah Anda merasa konten dakwah di TikTok memengaruhi sikap dan	Sangat Berpengaruh	4	4%
		Berpengaruh	77	77%
		Cukup Berperngaruh	19	19%

	perilaku Anda terhadap nilai-nilai keagamaan?			
6	Adakah perubahan dalam tingkat keagamaan atau spiritualitas Anda setelah menjadi pengguna aktif TikTok?	Iya Tidak	79 21	79% 21%

Sumber: Data Diolah 2024

Data di atas menunjukkan bahwa konten dakwah di TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemahaman, praktik, dan sikap keagamaan pengguna. Faktor menarik dan relevansi konten menjadi daya tarik utama bagi pengguna. Selain itu, mayoritas pengguna merasakan dampak positif dalam peningkatan keagamaan dan spiritualitas mereka. Dengan demikian, TikTok dapat menjadi platform yang efektif untuk penyebaran dakwah dan penguatan nilai-nilai agama di kalangan penggunanya.

E. Diskusi

Hasil penelitian yang dilakukan mengungkapkan fakta bahwa TikTok telah menjadi platform media sosial yang sangat populer di kalangan mahasiswa. Tingginya frekuensi dan durasi penggunaan aplikasi ini secara jelas mengindikasikan bahwa TikTok memiliki daya tarik yang signifikan dan mampu mempertahankan perhatian serta keterlibatan penggunanya dalam waktu yang cukup lama setiap harinya. Data menunjukkan bahwa mayoritas pengguna mengakses TikTok setiap hari, dan banyak di antara mereka menghabiskan waktu yang cukup banyak, yaitu sekitar 1 hingga 2 jam, untuk menggunakan aplikasi ini.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gratia yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa termasuk tinggi dengan rata-rata penggunaan mencapai 4-6 jam sehari.⁸ Angka ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian yang cukup signifikan dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa dan mampu menyita sebagian besar waktu luang mereka.

Penggunaan TikTok tidak hanya terbatas pada hiburan dan aktivitas mengisi waktu luang semata, tetapi juga mencakup aspek pengembangan diri dan edukasi. Fakta ini menunjukkan fleksibilitas TikTok sebagai platform yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan minat pengguna dari berbagai latar belakang. TikTok tidak hanya menawarkan konten-konten

⁸ Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(1). <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i1.5272>

ringan dan menyenangkan, tetapi juga menyediakan ruang bagi pengguna untuk mengakses informasi dan pengetahuan yang bermanfaat.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Retnasary & Fitriawati, yang menyatakan bahwa TikTok telah menjadi platform favorit yang diminati oleh orang-orang yang mencari hiburan sekaligus berbagai konten edukasi.⁹ Pengguna memanfaatkan TikTok tidak hanya untuk mendapatkan hiburan dan mengisi waktu luang, tetapi juga untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka. Temuan ini menandakan bahwa konten edukatif dan inspiratif memiliki tempat yang penting dalam ekosistem TikTok.

Keragaman konten yang tersedia di TikTok membuka peluang bagi para kreator dan pengguna untuk berbagi informasi, ide, dan pengetahuan tentang berbagai topik, mulai dari keterampilan hidup, kewirausahaan, sains, hingga isu-isu sosial dan budaya. Konten-konten ini dapat disajikan dalam format yang menarik, kreatif, dan mudah dicerna, sesuai dengan karakteristik TikTok yang menyajikan video pendek yang padat dan dinamis.

Dalam konteks dakwah, TikTok telah terbukti menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan konten keagamaan. Pengguna sering menemukan dan menonton konten dakwah, yang mencakup berbagai topik seperti kehidupan sehari-hari dalam Islam, motivasi ibadah, dan pengingat akhirat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Madhani bahwa konten motivasi di TikTok membawa dampak positif karena dapat menjadi dorongan dan inspirasi bagi pengguna untuk mencapai hal-hal yang ditampilkan dalam video-video tersebut.¹⁰ Popularitas kreator dakwah tertentu menunjukkan adanya figur yang dipercaya dan diikuti oleh banyak pengguna, yang dapat mempengaruhi pemahaman dan praktik keagamaan mereka.

Kesadaran pengguna untuk memverifikasi kebenaran konten dakwah yang mereka tonton merupakan indikasi positif dari literasi digital mereka. Dakwah yang disampaikan di TikTok mungkin hanya berupa cuplikan singkat tanpa konteks yang cukup atau pemahaman yang mendalam tentang ajaran agama. Hal ini sejalan dengan penelitian Sari & Ni'amah yang menyatakan bahwa konten provokatif maupun penyebaran ilmu kajian Islam yang tidak sesuai dengan Al-Qur'an serta Hadits merupakan salah satu hal

⁹ Retnasary, M., & Fitriawati, D. (2022). Analisis akun Tik Tok @Iramira Sebagai Media Pembelajaran Edukasi. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

¹⁰ Madhani, L. M., Bella Sari, I. N., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 627–647. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art7>

yang harus diwaspadai pengguna TikTok.¹¹ Oleh karena itu, sebagai penonton, penting untuk menjaga kehati-hatian dan kritis dalam menerima informasi keagamaan dari platform tersebut. Ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok menyediakan banyak informasi, pengguna tetap berhati-hati dan memastikan validitas informasi tersebut.

Sebagai salah satu sumber pengetahuan Islam yang populer, TikTok memiliki potensi yang besar untuk menjadi sarana penyebaran informasi dan pengetahuan keagamaan secara luas. Banyak pengguna percaya bahwa platform ini dapat menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan pengetahuan agama Islam, terutama di kalangan generasi muda yang merupakan pengguna utama aplikasi ini. Karakteristik TikTok yang menawarkan konten dalam format video pendek, visual yang menarik, dan kemudahan untuk berbagi konten menjadikannya sarana yang sangat relevan dengan gaya hidup dan preferensi generasi muda saat ini.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zainal Anwar, yang menyatakan bahwa dakwah melalui media sosial adalah cara yang tepat untuk menjangkau lebih banyak orang dan dapat diakses oleh berbagai kalangan, dibandingkan dengan dakwah di tempat-tempat tertentu, melalui televisi, atau radio. Media sosial menawarkan jangkauan yang lebih luas dan kemampuan untuk menembus batasan geografis serta demografis yang berbeda. Melalui platform-platform media sosial yang populer, pesan-pesan dakwah memiliki potensi untuk menjangkau audiens yang lebih beragam dan melintasi batas negara, usia, latar belakang pendidikan, atau status sosial ekonomi.

Karakteristik TikTok yang menawarkan konten dalam format video pendek, menarik secara visual, dan mudah disebarluaskan menjadikannya platform yang potensial untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara kreatif dan memikat minat generasi muda. Selain itu, fitur-fitur interaktif yang dimiliki TikTok memungkinkan terjadinya diskusi dan pertukaran pengetahuan di antara para pengguna, sehingga mendorong pembelajaran dan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran-ajaran Islam.

Konten dakwah di TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap pemahaman, praktik, dan sikap keagamaan pengguna. Faktor-faktor seperti daya tarik dan relevansi konten memainkan peran penting dalam menarik minat pengguna. Selain itu, sebagian besar pengguna merasakan dampak positif dari konten dakwah ini terhadap peningkatan tingkat keagamaan dan spiritualitas mereka. Dengan demikian, TikTok dapat menjadi platform yang

¹¹ Sari, N. I. (2023). Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi Tiktok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap. Dalam *Institut Agama Islam Negeri (IAIN)*.

efektif untuk menyebarkan dakwah dan memperkuat nilai-nilai agama di kalangan penggunanya, asalkan digunakan dengan cara yang tepat dan informasinya akurat serta terpercaya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kendju yang menyatakan bahwa memanfaatkan TikTok yang begitu mudah untuk diakses sekarang ini membuat mahasiswa mau menjadikannya sumber penguatan keimanan dan spiritualitas.¹² Jadi nilai-nilai yang didapatkan melalui konten dakwah Islam di Tiktok, memicu mahasiswa untuk dapat berbuat baik (ihsan).

F. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa TikTok merupakan platform yang efektif untuk penyebaran dakwah di kalangan mahasiswa, yang mampu meningkatkan pemahaman, praktik, dan sikap keagamaan mereka. Penggunaan TikTok yang tinggi di kalangan mahasiswa memungkinkan konten dakwah untuk menjangkau audiens luas dan mempengaruhi tingkat religiusitas mereka secara positif. Meski demikian, penting bagi pengguna untuk memverifikasi kebenaran informasi yang diterima guna menghindari misinformasi. TikTok memiliki potensi besar sebagai alat dakwah, namun tantangan terkait kredibilitas dan kedalaman informasi harus terus diatasi. Oleh karena itu, TikTok dapat menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan dakwah dan memperkuat nilai-nilai agama di kalangan penggunanya, asalkan digunakan dengan cara yang tepat dan informasinya akurat serta terpercaya.

REFERENSI

- Allisa, L., & Triyono, A. (2023). Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13070>
- Azlan, N. A. M., Abidin, N. S. Z., Saabar, S. S., & Alimom, N. (2020). Spiritualizing New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Malaysian Muslim. *International Journal of Advanced Research in Islamic and Humanities*, 2(1), 30–41.
- Efefendy, E., Asmar, D., & Sitorus, T. F. M. (2024). Pengaruh Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah terhadap Mahasiswa Manajemen Dakwah

¹² Kendju, M. Z., Nento, S., & Soleman, A. (2022). Analisis Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Mahasiswa Iain Manado). *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(2).

- Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 1019–1028.
- Ginting, D. R., Habib, F., Mansyursyah, & Siregar, R. A. (2024). Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara. *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan*, 1(3).
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(1). <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i1.5272>
- Kendju, M. Z., Nento, S., & Soleman, A. (2022). Analisis Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Mahasiswa Iain Manado). *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(2).
- Madhani, L. M., Bella Sari, I. N., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 627–647. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art7>
- Miles, M. B., & Huberman, M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcesbook* (2 ed.). Sage Publications.
- Palupi, R., Istiqomah, U., Fravisdha, F. V., & Septiana, N. L. (2021). Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern. *Academica Journal of Multidisciplinary Studies*, 1(2).
- Rahayu, P. Y., Lubis, R. E., Restika, A. J., Septiani, T., & Zubaidah. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah di UIN Fatmawati Kota Bengkulu. *DAWUH: Da'wah & Communication Islamic Journal*, 3(2).
- Retnasary, M., & Fitriawati, D. (2022). Analisis akun Tik Tok @Iramira Sebagai Media Pembelajaran Edukasi. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>
- Sari, A. F., & Ni'amah, L. U. (2022). Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00). *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah*, 02(1).

Sari, N. I. (2023). Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi Tiktok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap. Dalam *Institut Agama Islam Negeri (IAIN)* .