

Pengaruh Pesan Dakwah Di Tiktok Terhadap Perubahan Sikap Keagamaan Mahasiswa Pasca Sarjana Uin Ar-Raniry Banda Aceh

Nisa Maqfirah*¹, Kusmawati Hatta², Ismiati³
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh¹
*e-mail: nisamaqfirah21@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui tentang seberapa besar pengaruh pesan dakwah di TikTok terhadap perubahan sikap keagamaan mahasiswa. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian bahwa TikTok merupakan platform yang efektif untuk penyebaran dakwah di kalangan mahasiswa, yang mampu meningkatkan perubahan sikap keagamaan mereka. Penggunaan TikTok yang tinggi di kalangan mahasiswa memungkinkan konten dakwah untuk menjangkau audiens luas dan mempengaruhi tingkat perubahan sikap keagamaan mereka secara positif. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu dkk yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa termasuk tinggi, hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian yang cukup signifikan dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa dan mampu menyita sebagian besar waktu luang mereka. Dengan demikian, semakin tinggi tayangan pesan dakwah di Tiktok, maka tingkat perubahan sikap keagamaan mahasiswa akan turut meningkat.

Kata kunci : Dakwah; Keagamaan; TikTok.

ABSTRACT

This article aims to determine the extent of influence of Islamic preaching messages on TikTok on changes in students' religious attitudes. This research includes field research using a quantitative approach. The results indicate that TikTok is an effective platform for spreading Islamic preaching among students, which can increase changes in their religious attitudes. The high use of TikTok among students allows Islamic preaching content to reach a wide audience and positively influence the level of change in their religious attitudes. This finding aligns with research conducted by Ayu et al., which stated that TikTok social media usage among students is high, indicating that TikTok has become a significant part of students' daily lives and can take up a large portion of their free time. Therefore, the higher the number of Islamic preaching messages displayed on TikTok, the higher the level of change in students' religious attitudes.

Keywords : Da'wah; Religion; TikTok.

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan bagian integral dari amalan keislaman seseorang. Maka sebab itu, kegiatan dakwah bisa dijalankan dengan bermacam-macam cara dan memakai media, selama tidak keluar dari aturan agama (Basit, 2013). Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, metode dakwah pun menyeimbangkan perkembangan tersebut. Sangat bagus bahwa berbagai jenis media baru digunakan untuk menyebarkan pesan Islam. Dengan memanfaatkan alat-alat baru ini, pendakwah dapat memastikan ajaran mereka menjangkau umat yang lebih luas. Untuk memastikan dakwah yang dijalankan berhasil, penting untuk memahami jenis media yang digunakan dan budaya orang yang diberikan jangkauan dalam dakwah, karena hal ini dapat memengaruhi penerimaan mereka.

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 (Putri, 2023). Dunia dakwah juga memanfaatkan media sosial guna menjangkau kaum milenial. Dengan adanya

media dakwah melalui media sosial, remaja milenial tidak menganggap dakwah itu sebagai salah satu media yang kumpulan tetapi menarik untuk dipelajari.

Saat ini media yang diminati khalayak umum adalah internet. Kehadiran internet sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat saat ini yang semakin memudahkan untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Media sosial telah memberi kita banyak kemudahan yang dapat membantu seseorang menjadi lebih besar dari kehidupan. Namun, penting untuk diingat bahwa media sosial juga bisa kembali dan memiliki efek negatif jika tidak digunakan dengan benar. Internet telah menjadi sumber yang bagus untuk memberikan informasi terkini. Dengan bantuan platform seperti TikTok, pengguna dapat berkomunikasi dan berbagi informasi dengan mudah. Fitur-fitur yang nyaman ini mengakibatkan internet menjadi kebutuhan bagi banyak orang (Budiarti, 2023).

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 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 (Putri, 2023).

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. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Marini menyatakan bahwa TikTok merupakan media dakwah yang tepat untuk menjangkau sasaran dakwah (Allisa & Triyono, 2023). 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 perubahan sikap keagamaan mereka.

Dan menurut pengamatan di lapangan serta informasi dari narasumber, konten dakwah yang ada di media sosial TikTok dapat mempengaruhi perubahan sikap keagamaan mahasiswa dalam kegiatan sehari-hari. Atas dasar itulah, peneliti ingin mengetahui lebih jauh tentang seberapa besar pengaruh pesan dakwah di TikTok terhadap perubahan sikap keagamaan mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang masalah di uraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu seberapa besar pengaruh pesan dakwah di TikTok terhadap perubahan sikap keagamaan mahasiswa ?

Berdasarkan rumusan masalah di uraikan, maka dapat tujuan dalam penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pesan dakwah di TikTok terhadap perubahan sikap keagamaan mahasiswa.

KAJIAN PUSTAKA

Pesan 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 (Allisa & Triyono, 2023).

Pesan dakwah adalah isi pesan komunikasi secara efektif terhadap penerima dakwah, pada dasarnya materi dakwah Islam, bergantung pada tujuan dakwah yang di capai sudah menjadi doktrin dan komitmen bahkan setiap muslim wajibberdakwah, baik itu secara perorangan ataupun dengan orang banyak, oleh karena itu dakwah harus terus di lakukan.Pesan dakwah tidak lain adalah Al-Islam yang bersumber kepada Al-Quran

dan Al-Hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syariah dan ahlak dengan sebagai macam cabang ilmu yang di perolehnya. Jadi pesan dakwah atau materi dakwah adalah isi dakwah yang di sampaikan da'i kepada mad'u yang bersumber dari agama Islam (Kafi, 2008).

Tujuan utama dakwah adalah untuk mencapai kebahagiaan dan keselamatan baik di dunia maupun di akhirat kelak. 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 (Allisa & Triyono, 2023).

Hamzah Yaqub membagi makna media dakwah dibagi menjadi tiga kelompok sebagai berikut (Efendy, et al., 2024):

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.

TikTok

TikTok merupakan platform yang memungkinkan penggunanya 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 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 (Allisa & Triyono 2023).

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.

Keagamaan

Keagamaan adalah sifat-sifat yang terdapat dalam agama. Agama adalah ajaran atau sistem yang mengatur tata keimanan (kepercayaan) peribadatan kepada Tuhan Yang Maha Esa serta tata kaidah-kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dengan manusia serta lingkungannya. Agama sebagai sistem-sistem simbol, keyakinan, nilai, perilaku yang terlambangkan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan paling maknawi (Djamaludin & Suroso, 2013).

Agama dapat membangkitkan kebahagiaan batin yang sempurna, dan juga perasaan takut dan ngeri. Dalam pandangan Weber, agama merupakan suatu dorongan yang kuat dalam semangat mencari ekonomi dalam berbagai bentuk terutama yang di kembangkan oleh Protestan, Pandangan Weber mengenai hal ini adalah penolakan terhadap tradisi, atau perubahan sangat cepat dalam metode dan evaluasi terhadap kegiatan ekonomi, tidak akan mungkin terjadi tanpa dorongan moral dan agama (Ishomudin, 2012).

Agama dipandang sebagai sistem kepercayaan yang diwujudkan dalam perilaku sosial tertentu. Ia berkaitan dengan pengalaman manusia, baik sebagai individu maupun kelompok. Sehingga sikap perilaku yang diperankannya akan terkait dengan sistem keyakinan dari ajaran agama yang dianutnya (Jamil, 2008). Jadi, eksistensi suatu agama di dalam suatu masyarakat sangatlah berpengaruh, dimana semua perilaku manusia baik sebagai individu maupun kelompok dibentuk oleh nilai etis dari agama masing-masing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pesan dakwah di media sosial TikTok terhadap perubahan sikap keagamaan mahasiswa. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner

kepada responden, kemudian dianalisis secara statistik untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel penelitian.

Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa sebagai responden penelitian. Waktu pelaksanaan penelitian disesuaikan dengan jadwal kegiatan penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang menggunakan media sosial TikTok dan pernah mengakses konten dakwah di platform tersebut.

Sampel penelitian diambil menggunakan teknik **purposive sampling**, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini meliputi:

1. Mahasiswa aktif.
2. Memiliki akun TikTok.
3. Pernah menonton atau mengakses konten dakwah di TikTok.
4. Bersedia menjadi responden penelitian.

Jumlah sampel disesuaikan dengan kebutuhan penelitian dan mempertimbangkan tingkat representatif terhadap populasi.

PEMBAHASAN

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

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. 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.

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 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 (Kendju, et al., 2022). Jadi nilai-nilai yang didapatkan melalui konten dakwah Islam di Tiktok, memicu mahasiswa untuk dapat berbuat baik (ihsan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah di TikTok berpengaruh terhadap perubahan sikap keagamaan mahasiswa. Artinya yaitu ketika pesan dakwah di TikTok meningkat, maka perubahan sikap keagamaan mahasiswa juga ikut meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika perubahan sikap keagamaan mahasiswa menurun maka perubahan sikap keagamaan mahasiswa juga ikut menurun. Tingkat perubahan sikap keagamaan mahasiswa dapat dipengaruhi oleh perhatian seseorang terhadap pesan dakwah yang ditayangkan di Tiktok.

Berdasarkan pembahasan tersebut, mengartikan bahwa efek yang ditimbulkan dari pesan dakwah di Tiktok dapat memberikan suatu reaksi perubahan sikap keagamaan mahasiswa. Hal ini sesuai dengan penelitian Lutfiana Allisa dan Agus Triyono yang menyatakan bahwa efek yang ditimbulkan dari suatu pesan dapat memberikan suatu reaksi tertentu juga kepada komunikan (Allisa & Triyono, 2023). Proses perubahan sikap keagamaan mahasiswa dapat terjadi apabila banyak stimulus yang diterima oleh individu. Maka semakin banyak informasi terkait dakwah yang diserap oleh mahasiswa maka semakin tinggi pula tingkat perubahan sikap keagamaan mahasiswa.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ahmad Maujuhan Syah (2020) yang juga meneliti pengaruh dari dakwah media sosial Youtube terhadap religiusitas dengan hasil penelitian bahwa

Youtube memberikan pengaruh signifikan terhadap religiusitas siswa (Ahmad, 2019). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa dakwah media sosial Tiktok memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat perubahan sikap keagamaan mahasiswa. Artinya siswa dapat meningkatkan ketakwaan dan keimanan mereka melalui terpaan tayangan yang diberikan oleh media sosial Tiktok.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan di dalam pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan 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. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu dkk yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa termasuk tinggi, hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian yang cukup signifikan dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa dan mampu menyita sebagian besar waktu luang mereka.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa TikTok merupakan platform yang efektif untuk penyebaran dakwah di kalangan mahasiswa, yang mampu meningkatkan perubahan sikap keagamaan mereka. Penggunaan TikTok yang tinggi di kalangan mahasiswa memungkinkan konten dakwah untuk menjangkau audiens luas dan mempengaruhi tingkat perubahan sikap keagamaan 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Allisa, L., & Triyono, A. (2023). Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Amalia Putri, Vike. (2023). Pengaruh Konten Dakwah Tiktok Terhadap Sikap Keagamaan Mahasiswa S1 Fakultas Agama Islam Universitas Ahmad Dahlan Angkatan 2019. *S1 Thesis*. Universitas Ahmad Dahlan.
- Basit, Abdul. (2013). *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Budiarti, Ayu Lestari dkk. (2023). Analisis Dakwah TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa: Studi Kasus pada Pengguna Aktif TikTok di Kalangan Mahasiswa UPI. *Jurnal Penelitian*, Volume 15, No. 2. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Djamaludin Ancok dan Fuad Nasrhor Suroso. (2013). *Psikologi Islam*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- 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.
- Ishomudin. (2012). *Pengantar Sosiologi Agama*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Jamil, Mukhsin . (2008). *Agama-agama Baru di Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kafi, Jamaludin. (2008). *Psikologi Dakwah*. Surabaya: Indah.
- 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).
- Syah, Ahmad M. (2019). Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA.Al-Muhtadi Sendangagun. *Busyro*: Vol. 1, No. 1