

**PENGARUH KONTEN ISLAM PADA AKUN TIKTOK
@mediadakwah.07 TERHADAP RELIGIUSITAS PENGURUS
ORGANISASI IKATAN MAHASISWA PELAJAR PEMALANG
– PEKALONGAN PERIODE 2025/2026**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**PENGARUH KONTEN ISLAM PADA AKUN TIKTOK
@mediadakwah.07 TERHADAP RELIGIUSITAS PENGURUS
ORGANISASI IKATAN MAHASISWA PELAJAR PEMALANG
– PEKALONGAN PERIODE 2025/2026**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rifqi Ma'arif

NIM : 30422137

Program Studi : Komunikasi dan penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Konten Islam Pada Akun TikTok @mediadakwah.07 Terhadap Religiusitas Pengurus Organisasi Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang – Pekalongan Periode 2025/2026”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 25 Mei 2026

Yang Menyatakan,




RIFIQI MA'ARIF
NIM. 30422137

NOTA PEMBIMBING

Dr. Agus Fakhрина, M.S.I.

Dk. Krandon, Ds. Sidorejo RT 10 / RW 03, Warungasem, Batang.

Lamp : 4

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Rifqi Ma'arif

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

di-

Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Rifqi Ma'arif

NIM : 30422137

Judul : Pengaruh Konten Islam Pada Akun TikTok @mediadakwah.07 Terhadap Religiusitas Pengurus Organisasi Ikatan Mahasiswa Pelajar Pematang – Pekalongan Periode 2025/2026

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimonagasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 25 Mei 2026

Pembimbing,

Dr. Agus Fakhрина, M.S.I.

197701232003121001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uinqsudur.ac.id | Email : fuad@uinqsudur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **RIFQI MA'ARIF**
NIM : **30422137**
Judul Skripsi : **PENGARUH KONTEN ISLAM PADA AKUN TIKTOK
@mediadakwah.07 TERHADAP RELIGIUSITAS
PENGURUS ORGANISASI IKATAN MAHASISWA
PELAJAR PEMALANG – PEKALONGAN PERIODE
2025/2026**

yang telah diujikan pada Hari Senin, 06 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Heriyanto, M.S.I
NIP. 198708092018011001


Serin Hilmatus Sorava, M.Sos
NIP. 199802092024032001

Pekalongan, 13 Juli 2026

Disahkan Oleh
Dekan


Dr. Hj. Tri Astutik Harvati, M.Ag
NIP. 19741118 2000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini merupakan hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap kedalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap kedalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu merupakan sebagai berikut.

A. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan Sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengantitik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	ʿ	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal Tunggal	VokalRangkap	VokalPanjang
ا = a		أ = ā
ي = i	اي = ai	إي = ī
و = u	او = au	أو = ū

C. Ta' Martbutho

Ta marbutah hidup
dilambangkan dengan
/t/. Contoh:

مرأة جميلة ditulis

mar'atun jamīlah *Ta marbutah* mati dilambangkan

Contoh:

فاطمة ditulis

fāṭimah

D. Syaddad (tasyjid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf
yang sama dengan huruf yang diberi *syaddad*

tersebut. Contoh:

ربنا	ditulis	<i>rabbānā</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

E. Kata Sandang (Artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf *syamsiyah*” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, merupakan /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf *qamariyah*” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, merupakan /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

البع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

F. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan *apostof* /[^]/. Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini

penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

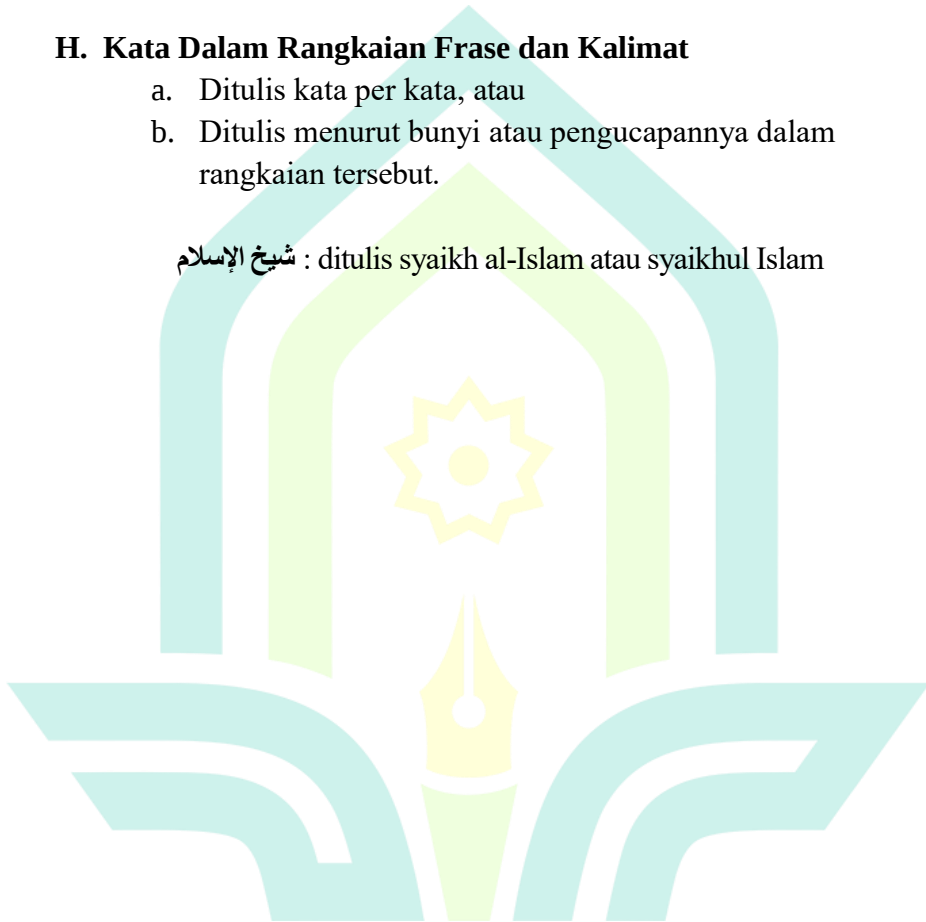
Contoh :

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ : wa innallāha lahuwa khair
al-rāziqīn

H. Kata Dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

- a. Ditulis kata per kata, atau
- b. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

شيخ الإسلام : ditulis syaikh al-Islam atau syaikhul Islam



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten Islam pada Akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap Religiusitas Pengurus IMPP Pekalongan Periode 2025/2026”. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan dan cahaya keimanan. Semoga kita semua mendapatkan syafaat beliau di yaumul akhir kelak. Aamiin.

Dengan segala rasa syukur dan penuh harap, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT, pemilik segala takdir dan sebaik-baiknya tempat bersandar. Terima kasih karena selalu menghadirkan kekuatan di setiap proses yang tidak mudah. Saat hati merasa lelah, Engkau tenangkan. Saat langkah terasa berat, Engkau mudahkan. Skripsi ini menjadi bukti bahwa pertolongan-Mu selalu datang pada waktu terbaik.
2. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Moh. Amin dan Ibu Mutinah.

Jika dunia bertanya dari mana aku belajar tentang sabar, maka jawabannya adalah kalian. Jika dunia bertanya dari mana aku mengenal arti perjuangan, maka jawabannya tetap kalian. Terima kasih atas cinta yang tak pernah selesai, atas lelah yang kalian sembunyikan di balik senyum, dan atas doa-doa yang tak pernah lupa menyebut namaku kepada langit. Aku tahu tidak semua pengorbanan bisa dibalas dengan kata-kata, dan tidak semua kasih sayang bisa diukur dengan apa pun. Jika hari ini aku sampai di titik ini, sesungguhnya aku hanya sedang berjalan di atas jalan yang telah kalian lapangkan dengan doa, air mata, dan pengorbanan.

3. Untuk diriku sendiri, Rifqi Ma'arif. Terima kasih karena sudah mampu melewati banyak hal sampai di titik ini. Terima kasih telah bertahan di tengah rasa takut, kecewa, dan lelah yang sering datang diam-diam. Perjalanan ini tidak selalu mudah,

tetapi kamu berhasil membuktikan bahwa proses yang panjang tidak pernah mengkhianati hasil.

4. Bapak Dr. Muhamad Rifa'i Subhi, M.Pd.I., selaku dosen pembimbing akademik, Terima kasih atas arahan, bimbingan, dan motivasi yang telah diberikan selama perjalanan akademik saya.
5. Bapak Dr. Agus Fakhrina, M.S.I., Selaku dosen pembimbing skripsi, Terima kasih atas kesabaran, arahan, dan bimbingan yang telah Bapak berikan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Mukoyimah, M.Sos., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, terima kasih atas dukungan serta motivasi yang diberikan selama proses perkuliahan.
7. Seluruh dosen Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, terima kasih atas ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan. Semoga setiap ilmu yang diajarkan menjadi manfaat dan keberkahan dalam kehidupan.
8. Staf Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, terima kasih atas bantuan dan pelayanan yang diberikan selama proses administrasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Teman-teman KPI angkatan 2022, Khususnya kepada Muhammad Faiz Ubaidillah, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Terima kasih untuk cerita, kebersamaan, dukungan, dan kenangan yang akan selalu diingat.
10. Ahmad Ziya'ul Haq dan Muhammad Romadhon Muslim. Terima kasih telah hadir di antara perjalanan panjang ini menjadi teman berbagi cerita, tempat pulang dari lelah, dan saksi dari proses yang tak selalu mudah. Terima kasih atas waktu, tawa, dukungan, dan kebersamaan yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan. Barangkali tidak semua hal sempat terucap, tetapi semoga kalian tahu bahwa kehadiran kalian menjadi bagian yang berarti dalam sampainya langkah ini hingga akhir.
11. Ikatan Mahasiswa Pelajar Pernalang Pekalongan. Terima kasih telah menjadi tempat pulang bagi langkah-langkah yang sedang belajar bertumbuh. Menjadi ruang bagi tawa, lelah, perjuangan,

dan cerita yang akan selalu tinggal dalam ingatan. Dari kebersamaan di dalamnya, saya belajar bahwa perjalanan terasa lebih ringan ketika dijalani bersama.

12. Dan terakhir, terima kasih untuk setiap orang yang pernah hadir dan memberikan kebaikan dalam hidupku, baik melalui doa, dukungan, bantuan, maupun hal-hal sederhana yang tidak sempat disebutkan satu per satu. Semua itu menjadi bagian penting dari perjalanan panjang ini.

Semoga segala kebaikan dibalas oleh Allah SWT dengan sebaik-baiknya balasan. Aamiin.



MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya.”

(HR. Ahmad, Ath-Thabrani, dan Ad-Daruquthni)



ABSTRAK

Rifqi, 2026. Pengaruh Konten Islam pada Akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap Religiusitas Pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang Pekalongan Periode 2025/2026. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pembimbing: Dr. Agus Fakhрина, M.S.I.

Kata Kunci: Konten Islam, TikTok, Religiusitas, Dakwah Digital, Media Sosial

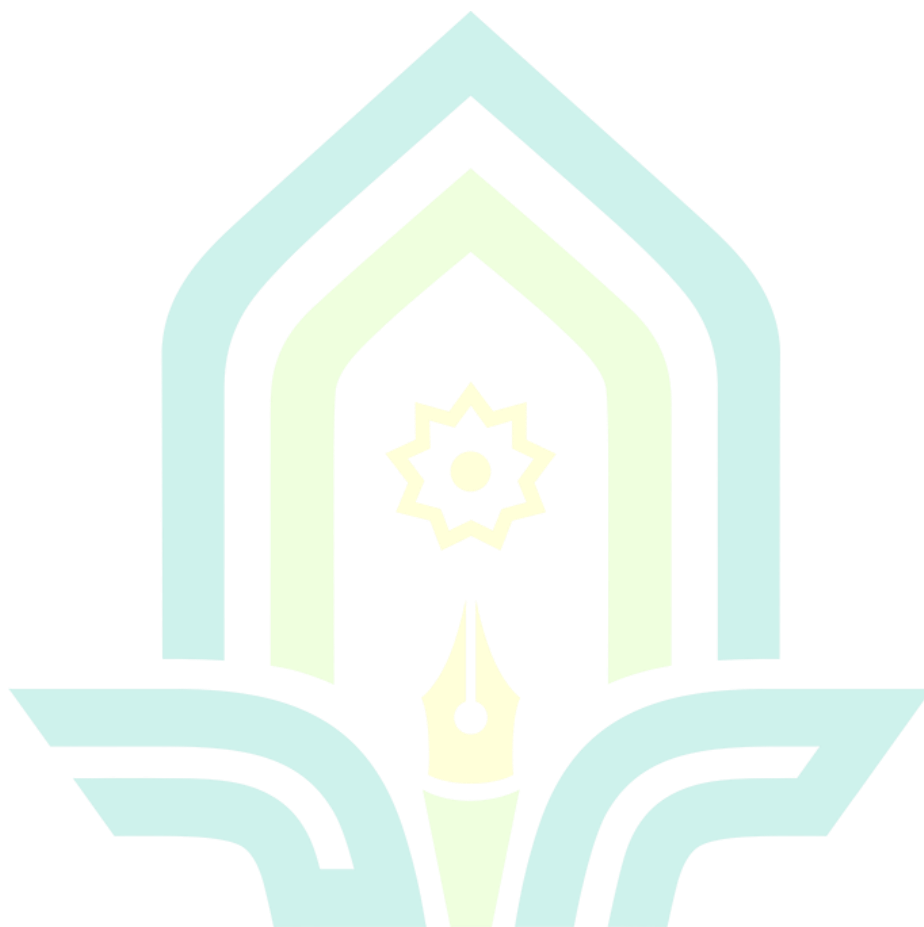
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap religiusitas pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang Pekalongan periode 2025/2026. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media sosial yang semakin pesat, khususnya TikTok, yang kini tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana dakwah digital dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman. Kehadiran konten dakwah di media sosial menjadi media alternatif yang dekat dengan kehidupan generasi muda dan berpotensi memengaruhi pemahaman serta perilaku religius penggunanya.

Permasalahan dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana pengaruh konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap religiusitas pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang Pekalongan periode 2025/2026. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket kepada 43 responden yang merupakan pengurus organisasi tersebut. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana dengan bantuan IBM SPSS Statistics.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07 berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang Pekalongan periode 2025/2026. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,098 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis alternatif diterima. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,870 menunjukkan bahwa konten Islam memberikan pengaruh sebesar 87% terhadap religiusitas responden, sedangkan 13% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa konten Islam yang disajikan melalui TikTok memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap religiusitas mahasiswa. Konten dakwah digital tidak hanya menjadi media penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga berperan dalam membentuk keyakinan, pemahaman, dan perilaku religius di kalangan generasi muda. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial dapat menjadi sarana dakwah yang efektif dalam menanamkan nilai-nilai Islam di era digital.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Konten Islam pada Akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap Religiusitas Pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang Pekalongan Periode 2025/2026”* dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang dengan cahaya Islam. Semoga kita semua mendapat syafaat beliau di yaumul akhir kelak. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa, serta dukungan dari berbagai pihak. Tanpa kehadiran dan kontribusi tersebut, skripsi ini tentu tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag, selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
3. Muqoyimah, M.Sos, selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dimas Prasetya, M.A, selaku Sekertaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dr. Agus Fakhрина, M.S.I, Selaku dosen Pembimbing skripsi yang sudah memberikan arahan, masukan, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Dr. Muhamad Rifa'i Subhi, M.Pd.I, selaku dosen pembimbing akademik penulis.

7. Seluruh dosen dan staf TU serta karyawan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan selama belaja di kampus UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
8. Kepada seluruh pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang Pekalongan periode 2025/2026 yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Terima kasih atas waktu, keterbukaan, dan kesediaannya dalam mengisi angket penelitian, sehingga penulis dapat memperoleh data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada pengelola akun TikTok @mediadakwah.07 yang telah menghadirkan konten dakwah Islam secara konsisten, sehingga menjadi objek yang menarik dan relevan dalam penelitian ini.
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan, serta semangat selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap bantuan dan kebaikan yang diberikan memiliki arti yang sangat besar bagi penulis dalam menyelesaikan karya ini.

Semoga segala kebaikan, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan karya ilmiah di masa yang akan datang. Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menambah khazanah keilmuan dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam, khususnya terkait peran media sosial sebagai sarana dakwah digital dan pengaruhnya terhadap religiusitas generasi muda.

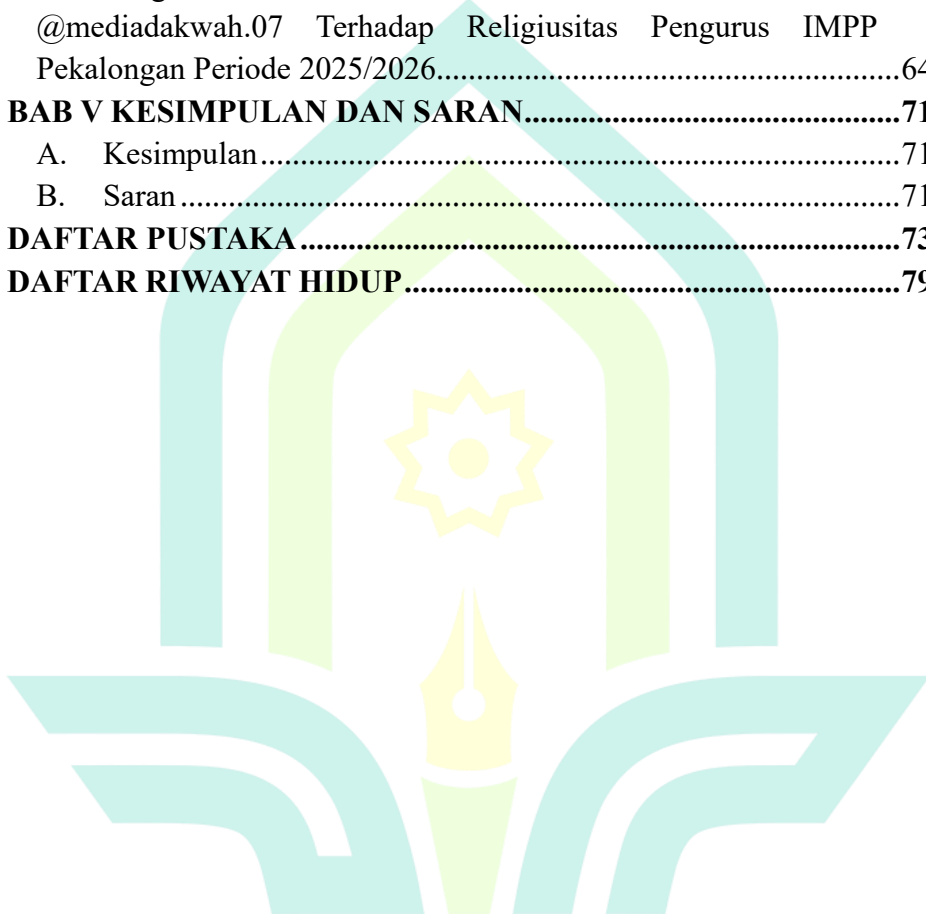
Pekalongan, 26 Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

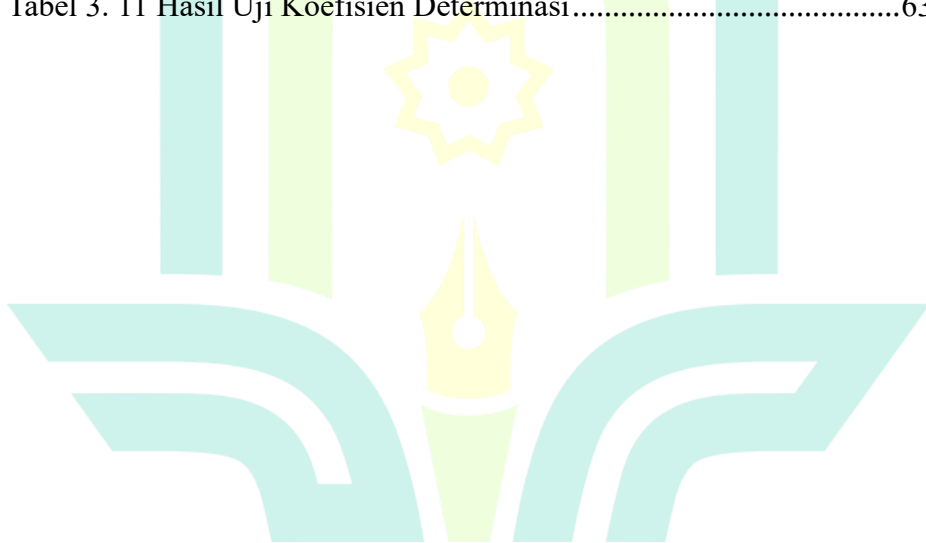
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Penelitian Yang Relevan	11
G. Kerangka Berfikir.....	18
H. Hipotesis	20
I. Metode Penelitian	20
BAB II TEORI JARUM HIPODERMIK, KONTEN ISLAM, RELIGIUSITAS, DAN MEDIA SOSIAL TIKTOK.....	33
A. Teori Jarum Hipodermik.....	33
B. Media Sosial TikTok.....	36
C. Konten Islam	38
D. Religiusitas	40
BAB III DESKRIPSI DATA DAN HASIL	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
B. Deskripsi Data Variabel Penelitian	47
1. Deskripsi Variabel X (Konten Islam pada TikTok @mediadakwah.07).....	48

2. Deskripsi Variabel Y (Religiusitas)	51
C. Hasil Olah Data Kuantitatif	53
1. Hasil Uji Instrumen	53
2. Hasil Uji Asumsi Klasik	58
3. Hasil Uji Hipotesis	61
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN	64
A. Pengaruh Konten Islam Pada Akun TikTok @mediadakwah.07 Terhadap Religiusitas Pengurus IMPP Pekalongan Periode 2025/2026	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	79



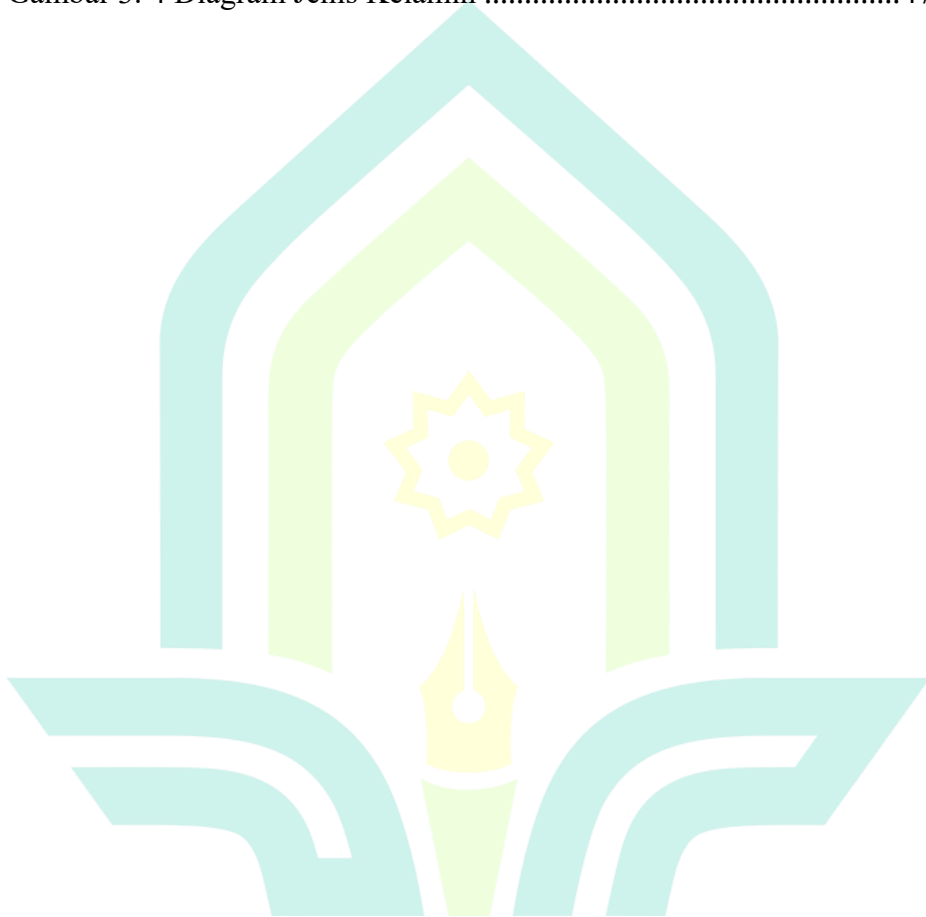
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 1. 2 Skala Likert.....	26
Tabel 3. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif Penelitian	48
Tabel 3. 2 Butir Pernyataan Kuisisioner Variabel X	49
Tabel 3. 3 Butir Pernyataan Kuisisioner Variabel Y	52
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	54
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	55
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 3. 7 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 3. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 3. 9 Hasil Uji Linieritas	60
Tabel 3. 10 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Coefficients)	62
Tabel 3. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir	18
Gambar 3. 1 Diagram Akses Terhadap Akun TikTok.....	45
Gambar 3. 2 Diagram Status Responden.....	46
Gambar 3. 3 Diagram Frekuensi Menonton Konten Akun TikTok	46
Gambar 3. 4 Diagram Jenis Kelamin	47



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu cara paling umum yang digunakan orang-orang di era digital ini untuk berkomunikasi satu sama lain adalah melalui media sosial, terutama di kalangan demografi yang lebih muda. Dari berbagai situs jejaring sosial yang ada, TikTok dengan cepat meraih popularitas tertinggi. Karena memungkinkan pengguna membuat dan menonton film pendek, TikTok memiliki berbagai macam materi, termasuk konten keagamaan, yang menyentuh hampir setiap elemen kehidupan. Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial tidak diragukan lagi telah mengubah sifat interaksi tradisional manusia dan pelaporan berita. TikTok lebih unggul di antara sekian banyak platform media sosial populer saat ini. TikTok adalah platform yang menampilkan video yang cukup populer di kalangan generasi muda dan tua.¹

TikTok, yang pada mulanya populer sebagai aplikasi berbagi video singkat bernuansa hiburan, kini berkembang menjadi wadah dengan berbagai tema, termasuk konten bernuansa religius. Platform ini memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menghasilkan sekaligus menikmati video yang kreatif dan interaktif, tidak hanya sekadar menghibur, tetapi juga menyampaikan nilai edukatif. Keunggulan utama TikTok terletak pada jangkauannya yang luas, khususnya di kalangan generasi muda yang telah terbiasa hidup di era digital.²

Perihal dakwah, aplikasi TikTok memberikan ruang yang signifikan bagi penyiaran dakwah Islam secara efektif dan efisien. Dengan format video pendek yang mudah dicerna, konten suatu dakwah di TikTok dapat disampaikan menjadi jalan efektif,

¹ Prianbodo, B. (2018). *“Pengaruh TikTok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”*. Skripsi. Surabaya: Fakultas Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya

² Salma Humaira Supratman, Rodliyah Khuza’I, and Hendi Suhendi, “Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan,” *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, July 6, 2022, 10–14

interaktif, dan relevan dengan gaya hidup audiens muda. Hal ini menjadikan TikTok sebagai sarana yang sangat potensial dalam memperkenalkan nilai-nilai keagamaan dan meningkatkan religiusitas di kalangan pengguna media sosial, khususnya generasi milenial dan Z, yang lebih cenderung menghabiskan waktu mereka di platform tersebut.³ Selain itu, penggunaan elemen visual yang menarik, seperti grafik, animasi, serta penggabungan musik atau suara yang relevan, membuat pesan dakwah menjadi lebih dinamis dan mudah dipahami. Pendekatan dakwah yang lebih santai dan tidak terkesan formal, yang sering kali diterapkan dalam video TikTok, juga memungkinkan audiens merasa lebih dekat dan nyaman dalam menerima pesan keagamaan.

Melalui gaya penyampaian yang lebih interaktif sekaligus menghibur, TikTok mampu menjadi sarana dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara mendidik sekaligus memberikan inspirasi kepada mahasiswa untuk memperdalam ajaran Islam dan mempraktikkannya dalam realitas kehidupan. Kondisi ini memberi ruang bagi akun-akun dakwah untuk menghadirkan pengaruh yang cukup besar dalam membentuk cara pandang serta meningkatkan religiusitas mahasiswa, khususnya bagi mereka yang sebelumnya kurang terlibat dalam dakwah dengan pendekatan konvensional.⁴

Akun TikTok seperti @mediadakwah.07 yang secara khusus menyajikan konten dakwah Islam, memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan religiusitas, terutama di kalangan mahasiswa. Pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang–Pekalongan (IMPP) merupakan bagian dari generasi muda yang aktif menggunakan media sosial sehingga menjadi kelompok yang relevan untuk dijadikan objek penelitian. Data responden menunjukkan bahwa seluruh responden (100%) pernah mengakses atau melihat konten pada akun TikTok

³ Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital," Jurnal Islam Nusantara 3, no. 2 (2019): 339–56.

⁴ Susilowati, (2018). "Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Persoanal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Bowo_Allpennliebe)", Jurnal Komunikasi, Vol 9 No 2 September 2018.

@mediadakwah.07. Selain itu, sebanyak 36 dari 43 responden (83,7%) merupakan pengikut akun tersebut, sedangkan 7 responden (16,3%) tidak mengikuti akun, tetapi tetap pernah melihat kontennya. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengurus IMPP Pekalongan memiliki keterpaparan terhadap konten Islam yang disajikan akun @mediadakwah.07, sehingga mereka menjadi subjek yang relevan untuk mengkaji pengaruh konten Islam terhadap religiusitas.

Perkembangan konten dakwah di TikTok menunjukkan bahwa media sosial semakin banyak dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam. Namun, keberadaan konten dakwah tersebut belum dapat dijadikan dasar bahwa konten yang disampaikan benar-benar mampu memengaruhi religiusitas penggunanya. Di sisi lain, penelitian mengenai pengaruh konten dakwah di TikTok masih didominasi oleh objek penelitian berupa masyarakat umum, mahasiswa, atau remaja dengan akun dakwah yang berbeda. Belum terdapat penelitian yang secara khusus menguji pengaruh konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap religiusitas pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang–Pekalongan (IMPP). Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk membuktikan secara empiris apakah konten Islam pada akun tersebut benar-benar berpengaruh terhadap religiusitas pengurus IMPP Pekalongan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas dakwah digital pada organisasi mahasiswa sekaligus memperkaya kajian komunikasi dakwah di media sosial.

Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah melakukan pendalaman kajian bagaimana konten Islam yang disajikan oleh akun TikTok @mediadakwah.07 dapat mempengaruhi religiusitas pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang – Pekalongan (IMPP). Penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai aspek terkait efektivitas konten dakwah digital dalam menyampaikan nilai-nilai Islam, serta dampaknya terhadap pemahaman, penghayatan, dan praktik keagamaan mahasiswa di organisasi tersebut. Dengan pemahaman yang lebih

mendalam tentang pengaruh ini, diharapkan dapat dihasilkan perspektif yang bermanfaat dalam meningkatkan efektivitas media sosial sebagai media dakwah bagi generasi muda.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memberi kontribusi berupa wawasan bagi para pengelola akun dakwah di media sosial dalam menyusun konten yang tidak hanya atraktif, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Penyesuaian konten dakwah dengan karakteristik audiens, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial, diyakini dapat meningkatkan partisipasi mereka dalam memperoleh pemahaman tentang Islam dan mengaplikasikannya secara nyata dalam rutinitas hidup. Dengan demikian, penelitian berjudul “Pengaruh Konten Islam pada Akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap Religiusitas Pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang–Pekalongan (IMPP) Periode 2025/2026” diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam kajian komunikasi dakwah digital, serta memperkaya pemahaman tentang bagaimana media sosial, melalui kekuatan pesan visualnya, dapat berperan sebagai instrumen pembentuk religiusitas di kalangan generasi muda.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh konten Islam di akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap religiusitas pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang – Pekalongan periode 2025/2026?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui pengaruh konten Islam yang disajikan di akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap religiusitas pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang – Pekalongan periode 2025/2026

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini ditujukan untuk menghadirkan perspektif yang lebih mendalam dan menyeluruh terkait pengaruh media sosial terhadap religiusitas. Dengan fokus pada konten dakwah di akun TikTok @mediadakwah.07, penelitian ini menggambarkan bagaimana media sosial dapat memengaruhi religiusitas mahasiswa, terutama di kalangan pengurus IMPP

Pekalongan Periode 2025/2026. Melalui penelitian ini, diharapkan muncul pemahaman yang lebih luas dan mendalam mengenai efektivitas media sosial dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada generasi muda.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini memberikan pemahaman tentang bagaimana konten dakwah di TikTok dapat memengaruhi religiusitas pengguna, khususnya mahasiswa. Hasilnya diharapkan dapat menambah wawasan pembaca mengenai efektivitas dakwah digital dalam memperkuat nilai-nilai keagamaan di kalangan generasi muda. Bagi mahasiswa, khususnya yang kuliah di Pekalongan, penelitian ini memberikan wawasan praktis tentang penerapan teori komunikasi religiusitas dalam konteks media sosial. Melalui studi ini, mahasiswa dapat memahami bagaimana dampak penggunaan media, serta mempelajari pengaruh media sosial terhadap religiusitas. Dengan berfokus pada pengurus organisasi Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang - Pekalongan (IMPP PEKALONGAN), penelitian ini juga memberikan gambaran konkret mengenai bagaimana kelompok mahasiswa dari daerah tertentu mengelola konten dakwah digital, serta bagaimana aktivitas mereka di media sosial mencerminkan dan mempengaruhi religiusitas individu maupun kelompok.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan landasan bagi peneliti lain yang ingin mendalami lebih jauh topik dakwah digital, khususnya dalam konteks platform media sosial yang berkembang pesat yakni TikTok. Hasil studi ini dapat digunakan oleh peneliti untuk mengembangkan penelitian lanjutan mengenai pengaruh media sosial terhadap religiusitas, serta untuk memahami dinamika audiens yang mengakses konten dakwah di dunia digital.

E. Tinjauan Pustaka

1. Deskripsi Teori

a. Teori Jarum Hipodermik

Teori Jarum Hipodermik, atau dikenal juga sebagai *Hypodermic Needle Theory* / *Magic Bullet Theory*, merupakan salah satu teori paling awal dalam kajian komunikasi massa. Teori ini dikemukakan oleh Harold Lasswell pada tahun 1920-an, ketika media massa seperti radio dan surat kabar mulai berkembang pesat. Istilah jarum hipodermik menggambarkan bahwa pesan media bekerja layaknya “jarum suntik” yang menyuntikkan pesan langsung ke dalam pikiran khalayak.⁵

Model jarum suntik pada dasarnya adalah aliran satu tahap (*one step flow*) yaitu media massa langsung kepada khalayak sebagai massa audiens. Model ini mengasumsikan media massa secara langsung, cepat dan mempunyai efek yang amat kuat atas massaudience. Media massa ini sepadan dengan teori Stimulus-Response (S-R) yang mekanistik dan sering digunakan pada penelitian psikologi antara tahun 1930 dan 1940. Teori S-R mengajarkan, setiap stimulus akan menghasilkan respons secara spontan dan otomatis seperti gerak refleks. Seperti bila tangan kita terkena percikan api (S) maka secara spontan, otomatis dan reflektif kita akan menyentak tangan kita (R) sebagai tanggapan yang berupa gerakan menghindar. Tanggapan di dalam contoh tersebut sangat mekanistik dan otomatis, tanpa menunggu perintah dari otak. Istilah model jarum hipodermik dalam komunikasi massa diartikan sebagai media massa yang dapat

⁵ Marwan, M. Ravii, Prasanti, Tafana Dwi. “Analisis Penyebaran Berita Hoax Pada Pengguna Media Sosial Berdasarkan Hypodermic Needle Theory.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin (JUKIM)* 1, no. 05 (September 2022): 49-61.

menimbulkan efek yang kuat, langsung, terarah dan segera.⁶

b. Konten Islam

Konten Islam sangat penting untuk mendidik masyarakat tentang agama dan membantu mereka menerapkan prinsip-prinsipnya secara efektif. Konten ini dapat berupa teks, gambar, audio, atau video yang mengandung pesan-pesan yang berkaitan dengan ajaran Al-Qur'an, fiqh, Hadis, sejarah islam, akhlak, serta prinsip-prinsip kehidupan Islami. Tujuan dari konten Islam adalah untuk memperluas serta memperdalam wawasan tentang agama Islam, mengajarkan tata cara ibadah, memperkenalkan etika dan moral Islam, serta menyebarkan dakwah yang bisa membimbing umat untuk hidup sesuai dengan tuntunan agama.⁷ Konten Islam mencakup berbagai aspek kehidupan, antara lain:⁸

- a) Ajaran Aqidah: Konten yang membahas pokok-pokok ajaran agama Islam terkait dengan iman dan keyakinan kepada Allah, kepada malaikat, kepada kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, takdir, dan kehidupan setelah mati.
- b) Fiqh dan Hukum Islam: Materi yang berkaitan dengan pedoman pelaksanaan suatu ibadah (shalat, zakat, puasa, serta haji), muamalah (interaksi sosial seperti transaksi jual beli dan pernikahan), serta berbagai hal yang menyangkut hukum dalam kehidupan sehari-hari.
- c) Akhlak dan Etika Islam: Konten yang mengajarkan tentang perilaku yang baik menurut Islam, seperti kesederhanaan, kejujuran, kepedulian terhadap sesama, serta tata cara

⁶ Haytham Elaoufy, "Demystifying the Hypodermic Needle Theory: EFL Students' Journey from Passive to Critical Social Media Consumption," *Spring Journal of Arts, Humanities and Social Sciences* 4, no. 8 (2025): 16–26,

⁷ Fauzi, A. "Peran Sosial Media dalam Penyebaran Dakwah Islam.", 2021

⁸ Fauzi Caniago and Juhridin Juhridin, "TIKTOK : MEMAHAMI DINAMIKA KONTEN ISLAMIS DALAM ERA DIGITAL," *Jurnal Sosio dan Humaniora (SOMA)* 3, no. 1 (September 15, 2024)

berinteraksi dengan sesama sesuai tuntunan Nabi Muhammad SAW.

- d) Sejarah Islam: Konten yang menyajikan kisah-kisah sejarah Islam, mulai dari masa Nabi Muhammad SAW, dilanjutkan perkembangan peradaban Islam, hingga kontribusi suatu umat Islam di berbagai bidang ilmu pengetahuan, budaya, serta sosial.
- e) Motivasi dan Inspirasi Islami: Konten yang memberikan dorongan dan semangat kepada umat untuk terus meningkatkan kualitas hidupnya menggunakan cara selaras dengan ajaran dan nilai dasar Islam. Ini bisa berupa kutipan dari Al-Qur'an dan Hadis, kisah inspiratif sahabat Nabi, atau ajakan untuk menjalani kehidupan yang penuh berkah.
- f) Tafsir dan Pengetahuan Keagamaan: Konten yang membahas penafsiran ayat-ayat Al-Qur'an dan penjelasan terkait hukum serta filosofi ajaran Islam yang dapat membantu umat untuk memahami lebih dalam makna dari ajaran agama mereka.

Konten bernuansa Islam memiliki kontribusi besar terhadap distribusi ilmu agama serta membimbing umat untuk mengamalkan ajaran Islam dengan benar. Selain itu, konten ini juga dapat memberikan motivasi kepada individu untuk memperbaiki perilaku dan meningkatkan kualitas hidupnya sesuai dengan ajaran agama. Penyebaran konten Islam melalui berbagai saluran, baik media konvensional maupun digital, menjadi strategi yang sangat baik untuk menghubungkan generasi dan tingkat masyarakat yang berbeda.⁹ Pada penelitian ini, Konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07 dijadikan sebagai Variabel Independen (Variabel X). Variabel ini berfungsi untuk mengukur sejauh mana paparan konten Islam berpengaruh terhadap perubahan religiusitas pengurus IMPP Pekalongan.

c. Religiusitas

⁹ Rasyid, F. A., & Aziz, A. 2020. *"Strategi dakwah Islam di era digital: analisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah"*.

Religiusitas adalah tingkat sejauh mana seseorang meyakini, Menginternalisasi serta menerapkan ajaran agama dalam aktivitas sehari-hari. Religiusitas tidak hanya mencakup aspek kepercayaan (iman), tetapi juga perilaku nyata yang mencerminkan nilai-nilai keagamaan. Untuk mengukur religiusitas pengurus IMPP Pekalongan, penelitian ini menggunakan Teori Dimensi Religiusitas menurut Charles Glock dan Rodney Stark, religiusitas dapat dipahami melalui lima dimensi pokok, yaitu:

- a. dimensi ideologis (keyakinan terhadap ajaran agama)
- b. dimensi ritualistik (pelaksanaan ibadah)
- c. dimensi intelektual (pemahaman terhadap ajaran agama)
- d. dimensi pengalaman (perasaan spiritual)
- e. dimensi konsekuensial (perilaku keagamaan dalam kehidupan sehari-hari).

Melalui pendekatan ini, penelitian akan mengevaluasi sejauh mana konten dakwah yang dikonsumsi melalui TikTok mampu memengaruhi masing-masing aspek religiusitas pengurus organisasi. Kombinasi dari kedua teori ini memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk memahami bagaimana mahasiswa memanfaatkan media sosial dalam membentuk dan meningkatkan kesadaran serta perilaku keagamaannya.¹⁰

Dalam penelitian ini, Religiusitas pengurus IMPP Pekalongan ditetapkan sebagai Variabel Dependen (Variabel Y). Variabel ini berfungsi untuk melihat tingkat religiusitas responden sebagai konsekuensi dari paparan konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07.

d. Media Sosial Tiktok

China adalah negara pembuat aplikasi TikTok, sebuah platform jejaring sosial yang mengalami peningkatan penggunaan akhir-akhir ini. Aplikasi tersebut

¹⁰ Aris Rahman Saleh, "Dimensi Keberagamaan dalam Pendidikan," *Jurnal Jendela Pendidikan* 2, no. 4 (November 2022): h. 580–590

menyediakan berbagai fitur yakni video, stiker, lagu, dll dimana artis dan masyarakat umum yang ingin membagikan video inovasinya dapat berkompetisi dalam hal model maupun gaya. Dari individu biasa yang ingin menyumbangkan video kreatif serta dari artis. Ada sekitar 157,6 juta pengguna di Indonesia menggunakan aplikasi TikTok pada bulan Februari 2025.¹¹ Informasi tentang peristiwa dengan cepat dibagikan kepada pengguna lain menggunakan aplikasi TikTok, yang memungkinkan pengguna berbagi cuplikan peristiwa seperti kecelakaan mobil atau jenis rekaman lainnya. Karena media sosial menghasilkan konten, mewakili identitas individu, dan memfasilitasi interaksi berbasis informasi, informasi telah berevolusi menjadi identitas media sosial. Oleh sebab itu, informasi yang dimaksud berimplikasi signifikan pada cara masyarakat memanfaatkan aplikasi TikTok. Meskipun mereka menggunakan aplikasi TikTok, kebanyakan orang mungkin tidak menyadari jika mereka mengetahuinya.¹²

Para da'i kini memiliki cara yang lebih inovatif dan efisien untuk menyampaikan pesan keagamaan mereka berkat TikTok, sebuah situs jejaring sosial yang terkenal di antara anak muda. Format video pendek, musik menarik, dan berbagai efek visual membuat konten dakwah di TikTok semakin menghibur dan mudah diakses. Dengan jangkauan yang luas dan keterlibatan pengguna yang tinggi, TikTok mampu menjangkau khalayak yang lebih beragam, termasuk mereka yang sebelumnya mungkin kurang tertarik dengan konten keagamaan. Namun penggunaan TikTok sebagai media propaganda juga menghadapi beberapa tantangan. Durasi video yang

¹¹ Luluk Makrifatul Madhani et al., "Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta" 3 (2021): 604–24.

¹² Buana, T., dan Maharani, D. "Penggunaan Aplikasi TikTok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak," *Jurnal Inovasi* 18, no. 4 (2022)

pendek menuntut para dai untuk menyampaikan pesan secara ringkas dan padat. Selain itu, potensi salah tafsir terhadap konten pendek dapat menimbulkan perbedaan pemahaman di kalangan penonton. Persaingan dengan konten hiburan yang melimpah juga menjadi tantangan tersendiri, karena konten dakwah harus mampu menarik perhatian di tengah membanjirnya informasi. Untuk memaksimalkan potensi TikTok sebagai media propaganda, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Pertama, kualitas konten harus menjadi prioritas utama. Pesan yang disampaikan harus akurat, relevan dan bermanfaat bagi khalayak. Kedua, bahasa yang digunakan harus mudah dipahami dan disesuaikan dengan target audiens. Ketiga, penggunaan efek visual dan musik harus dilakukan secara bijak agar tidak mengurangi makna pesan yang disampaikan. Terakhir, interaksi dengan audiens perlu dilakukan secara aktif untuk membangun hubungan positif dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang muncul.¹³

F. Penelitian Yang Relevan

Pertama Skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi Tiktok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap”. Yang ditulis oleh Nur Indah Sari dari Institut Agama Islam Negeri Parepare, pada program studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah tahun 2023. Berdasarkan temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa generasi Z lebih menyukai materi dakwah yang mengedepankan motivasi dengan rerata proporsi sebesar 86,33% yang menunjukkan tingkat aksesibilitas yang sangat tinggi. Lebih lanjut, temuan uji koefisien korelasi menunjukkan bahwa perkembangan akhlak generasi Z di Desa Duampanua Kabupaten Sidrap

¹³ Tsalits Maratun Nafiah dkk., "Platform Tik Tok Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Remaja Milenial," *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam* vol 16, no.2 (2022): hal 186.

dipengaruhi oleh materi dakwah yang ada di aplikasi TikTok.¹⁴ Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada fokus terhadap pengaruh konten dakwah di TikTok terhadap aspek keagamaan individu. Perbedaannya, penelitian Sari menitikberatkan pada pembentukan akhlak generasi Z, sedangkan penelitian ini menelaah pengaruh konten Islam terhadap religiusitas pengurus organisasi daerah (IMPP) Pekalongan.

Kedua, Skripsi yang berjudul “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Tiktok Dakwah @Basyasman00 Terhadap Sikap Keberagamaan”. Yang ditulis oleh Desviana dari UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA, pada Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi tahun 2021. Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan uji koefisien korelasi, terdapat hubungan antara sikap religius pengikut dengan seberapa sering mereka mengakses akun TikTok @basyasman00. Hubungan positif dengan kekuatan signifikan ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,793 yang mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,00. Sebagai tambahan Hasilnya H_0 ditolak sedangkan H_a disetujui pada uji regresi linier dasar karena nilai t_{hitung} (12,887) lebih besar dari t_{tabel} (1,984). Oleh karena itu, pandangan keagamaan (Y) dipengaruhi oleh frekuensi akses akun TikTok @basyasman00 (X). Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Desviana, yang juga mengungkapkan adanya pengaruh positif yang kuat antara intensitas mengakses akun TikTok bernama @basyasman00 dan sikap keberagamaan followers.¹⁵

¹⁴ Nur Indah Sari, *Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi TikTok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Parepare, Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, 2023), hlm 69.

¹⁵ Desviana, *Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok Dakwah @Basyasman00 Terhadap Sikap Keberagamaan* (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2021), hlm 88.

Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji pengaruh akun dakwah di TikTok terhadap aspek keagamaan pengguna. Sementara itu, perbedaannya terletak pada objek penelitian, yaitu pengikut akun @basyasman00, sedangkan penelitian ini menggunakan pengurus IMPP Pekalongan sebagai populasi.

Ketiga, Skripsi yang berjudul “Pengaruh Tingkat Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Sikap Keberagamaan Remaja Di Desa Taccorong Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba” yang ditulis oleh Dita Puspitasari dari Jurusan Pendidikan Agama Islam pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Alauddin Makassar tahun 2022. Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan penelitian, ditemukan bahwa Interaksi remaja dengan aplikasi TikTok berimplikasi pada sikap religius mereka. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *t* hitung sebesar 3,900 yang diperoleh dari hasil perhitungan, Pada taraf signifikansi 5%, nilai *t* tabel adalah 2,069, dan hasil perhitungan menunjukkan bahwa *t* hitung melebihi nilai tersebut untuk sampel berjumlah 25, Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai *t* hitung lebih besar dibandingkan dengan *t* tabel, yaitu $3,900 > 2,069$. Temuan ini juga menunjukkan bahwa penggunaan TikTok memberikan pengaruh positif sebesar 39,8% terhadap sikap religius remaja, sedangkan 60,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor eksternal di luar variabel penelitian. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan TikTok dan sikap keberagamaan remaja di Desa Taccorong, Kecamatan Gantarang, Kabupaten Bulukumb. Sejalan dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari juga menemukan adanya pengaruh positif sebesar 39,8% dari penggunaan TikTok terhadap sikap keberagamaan remaja.¹⁶ Persamaannya

¹⁶ Dita Puspitasari, Pengaruh Tingkat Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Sikap Keberagamaan Remaja Di Desa Taccorong Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, 2022), hlm 68.

dengan penelitian ini terletak pada kajian pengaruh media sosial terhadap perilaku religius, sedangkan perbedaannya terdapat pada jenis konten yang diteliti, di mana penelitian ini menyoroti konten Islam secara khusus, bukan penggunaan aplikasi TikTok secara umum.

Keempat, Jurnal yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara” yang ditulis oleh Dwiva Ramadani Ginting, dkk dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2024. Temuan penelitian menunjukkan bahwa derajat religiusitas mahasiswa KPI FDK UINSU dipengaruhi oleh konten dakwah di media sosial Tiktok. Artinya tingkat religiusitas seseorang dapat dipengaruhi oleh video dakwah yang ditayangkan di platform media sosial Tiktok. Berdasarkan hal itu, artinya dampak dari tayangan konten dakwah di Tiktok dapat memberikan perubahan terhadap tingkat religiusitas pada penggunaannya. Religiusitas mahasiswa KPI FDK UINSU dipengaruhi oleh konten dakwah dengan persentase sebesar 22,7%, kemungkinan 77,3% mahasiswa KPI mengakses konten dakwah dari platform lain seperti Youtube, Intstagram, Facebook dan lain sebagainya.¹⁷ Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pengaruh konten dakwah terhadap religiusitas, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian. Penelitian Ginting berfokus pada mahasiswa KPI UIN Sumatera Utara, sementara penelitian ini meneliti pengurus organisasi daerah (IMPP Pekalongan).

Kelima, Jurnal yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI” yang ditulis oleh Muhamad Parhan dkk dari Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

¹⁷ Dwiva Ramadani Ginting, dkk, *Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara* (Jurnal, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2024), hlm 93-94.

tahun 2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengenal aplikasi TikTok dan menggunakannya sebagai sarana hiburan serta untuk menyaksikan pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui platform tersebut. Konten kreator dakwah yang sering muncul di FYP TikTok para responden adalah Ustad Hanan Attaki. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh popularitas Ustad Hanan Attaki di kalangan anak muda, berkat penampilannya yang gaul dan kemampuannya memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah. Meskipun demikian, penyampaian dakwah melalui TikTok memiliki kelebihan dan kekurangan. Para responden memberikan beberapa saran, Antara lain, gunakan transisi atau desain konten modern agar materi lebih menarik, perhatikan kemasan video untuk memverifikasi kepatuhannya terhadap hukum Islam, dan pastikan sumber terpercaya digunakan untuk mencegah kesalahpahaman. Dalam penelitian Parhan dkk., para responden mengakses TikTok untuk hiburan sekaligus untuk mendapatkan pesan dakwah, seperti yang disampaikan oleh Ustad Hanan Attaki, yang dikenal dengan gaya dakwahnya yang gaul dan menarik bagi anak muda.¹⁸ Persamaannya dengan penelitian ini ialah pada tema dakwah digital, sedangkan perbedaannya terletak pada jenis pendekatan penelitian: penelitian Parhan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, sementara penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis pengaruh.

Keenam, Jurnal yang berjudul “Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam” Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurmaya dan Juni Wati Sri Rizki dari Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan (2024) menyoroti peran penting media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana dakwah di era digital. Penggunaan TikTok oleh

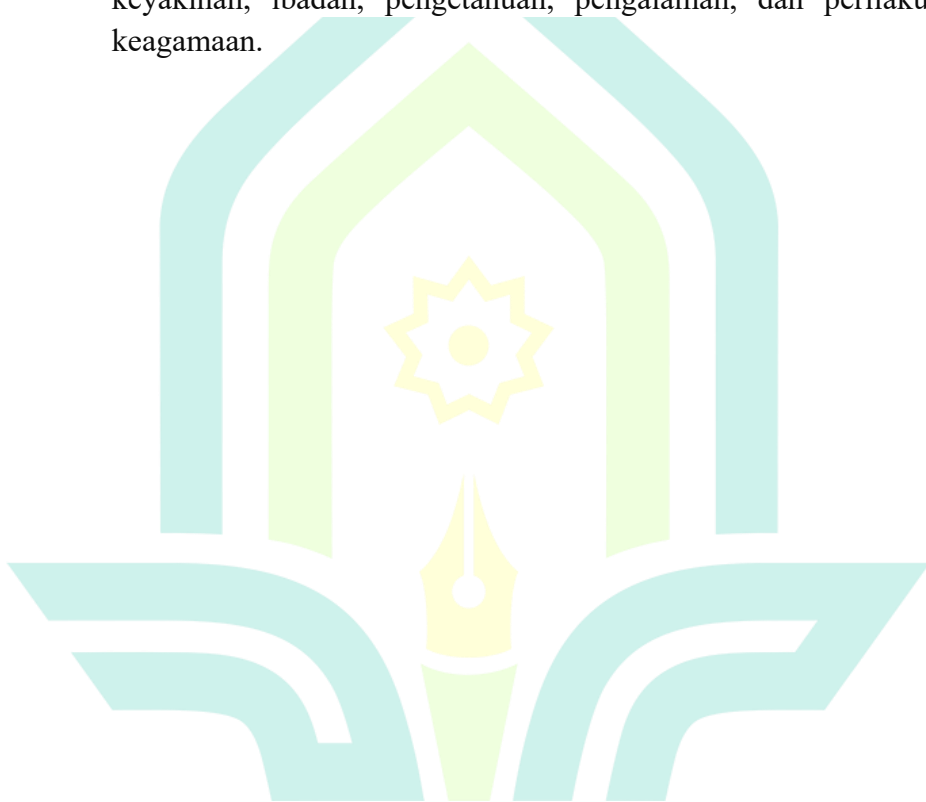
¹⁸ Muhamad Parhan, dkk, *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI* (Jurnal, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia, 2022), hlm 13-14.

mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 dan 2021 menunjukkan bahwa platform ini efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada audiens yang lebih luas. TikTok tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi wadah yang potensial dalam mendukung kegiatan dakwah melalui konten kreatif yang dihasilkan dan disebar oleh mahasiswa. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa TikTok menghadirkan peluang baru bagi mahasiswa untuk menyampaikan dakwah secara lebih kreatif dan interaktif. Selain itu, TikTok terbukti mampu memenuhi kebutuhan penggunaannya, baik dalam hal penyebaran pesan keagamaan maupun dalam memberikan kepuasan personal. Dengan demikian, TikTok berpotensi menjadi instrumen yang penting dalam penyebaran dakwah yang relevan dan berdampak positif di era digital.¹⁹ Persamaannya dengan penelitian ini adalah pada tema pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah, sedangkan perbedaannya terdapat pada arah analisis, di mana penelitian ini berfokus pada pengaruh konten terhadap religiusitas, bukan pada strategi pemanfaatan media dakwah.

Ketujuh, Jurnal yang berjudul “Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja pada Lingkungan Masyarakat” yang ditulis oleh Khaerunnisa & Ahmad Syarif dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Makassar tahun 2024. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara variabel X (Penggunaan Media Sosial TikTok) dengan variabel Y (Perilaku Remaja). Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai Pearson Correlation sebesar 0,775 dengan signifikansi (2-tailed) sebesar 0,000. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa penggunaan TikTok memiliki korelasi yang tinggi dengan perilaku remaja, yaitu sebesar 0,775. Dengan demikian, dapat

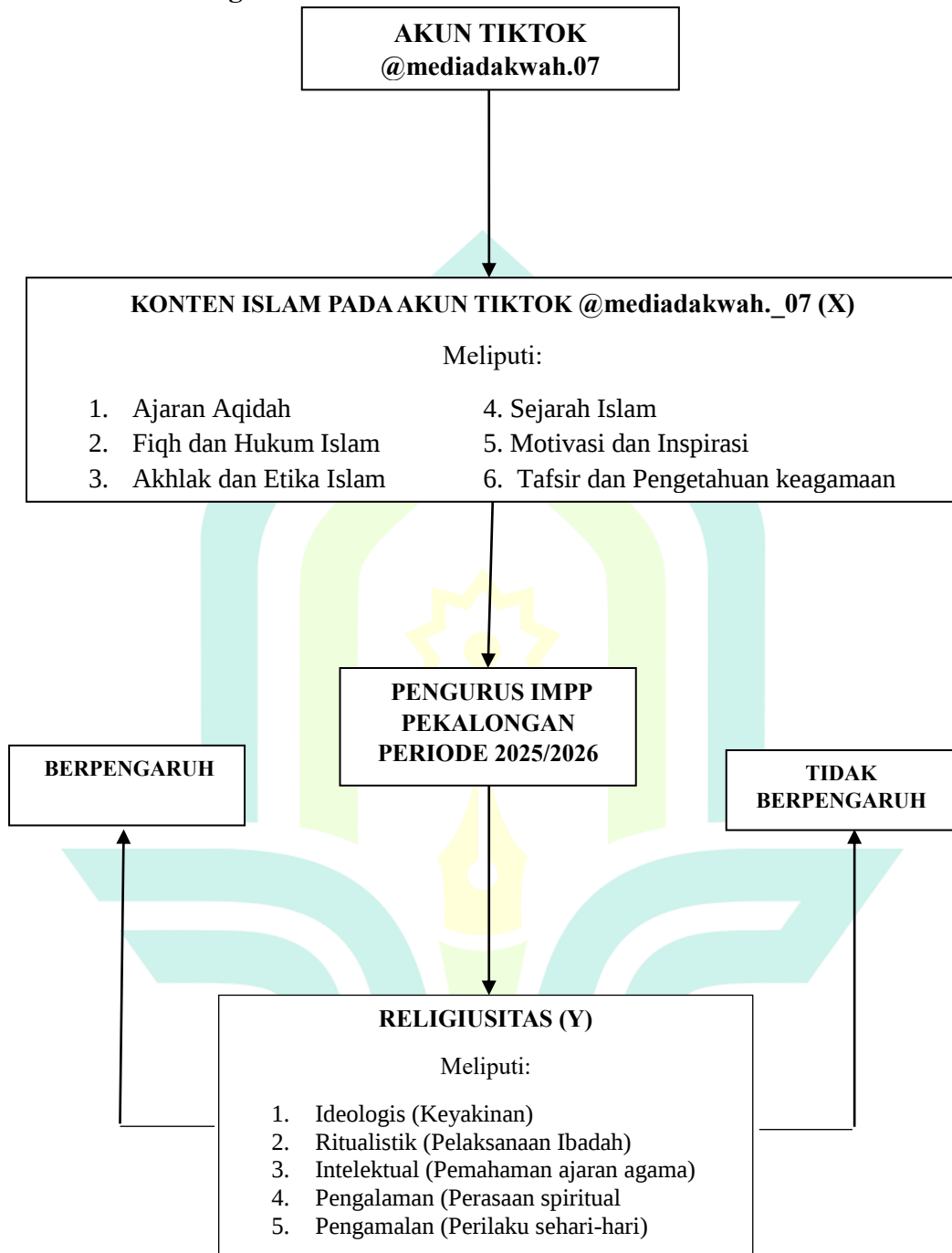
¹⁹ Siti Nurmaya dan Juni Wati Sri Rizki, *Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Jurnal, Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam, 2024), hlm 13-14.

disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan TikTok dan perilaku remaja di Desa Sawakong, dengan tingkat korelasi yang tergolong sangat kuat sesuai dengan interpretasi koefisien korelasi Pearson Product Moment.²⁰ Persamaannya dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas pengaruh media sosial terhadap perilaku individu. Perbedaannya, penelitian tersebut meneliti perilaku sosial remaja secara umum, sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh konten Islam terhadap religiusitas yang mencakup keyakinan, ibadah, pengetahuan, pengalaman, dan perilaku keagamaan.



²⁰ Khaerunnisa dan Ahmad Syarif, *Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja pada Lingkungan Masyarakat*, Jurnal Komunikasi dan Organisasi (J-KO) 6, no. 1 (Februari 2024). hlm 52

G. Kerangka Berfikir



Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir

Media sosial TikTok kini menjadi salah satu sarana penyebaran dakwah Islam yang efektif, terutama melalui akun seperti @mediadakwah.07, yang menyajikan konten Islami dengan pendekatan visual dan bahasa yang sesuai dengan karakteristik generasi muda. Format video pendek dan tampilan yang menarik memungkinkan pesan-pesan keagamaan dikonsumsi secara cepat dan menyenangkan.

Sejumlah penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa media sosial, terutama TikTok, berpengaruh terhadap dimensi keberagamaan. Nur Indah Sari (2023) menemukan bahwa konten dakwah di TikTok berkontribusi terhadap pembentukan akhlak generasi Z. Selanjutnya, Puji Lestari (2022) menunjukkan adanya hubungan positif antara intensitas mengakses konten Islami di TikTok dengan sikap keagamaan mahasiswa. Penelitian Desviana (2021) serta Ginting dkk. (2024) juga menguatkan temuan tersebut dengan bukti adanya pengaruh signifikan antara akses konten dakwah melalui TikTok dan tingkat religiusitas para penggunanya.

Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa konten dakwah Islam yang disampaikan secara kreatif di TikTok memiliki potensi memberikan pengaruh langsung terhadap religiusitas mahasiswa, baik dalam aspek pemahaman ajaran, pengalaman spiritual, maupun penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sejalan dengan Teori Jarum Hipodermik, yang menjelaskan bahwa pesan media dapat memberikan efek kuat, cepat, dan langsung terhadap audiens. Dalam konteks ini, konten dakwah yang ditampilkan di TikTok berperan layaknya “jarum suntik” yang menyalurkan pesan-pesan keagamaan secara langsung ke dalam kesadaran pengguna. Dengan penyajian yang menarik secara visual dan emosional, pesan dakwah di TikTok dapat memengaruhi cara berpikir, bersikap, dan berperilaku religius pada mahasiswa, termasuk pengurus IMPP Pekalongan yang menjadi objek penelitian.. Selain itu, teori religiusitas Glock dan Stark

menjadi dasar untuk mengukur dimensi religiusitas mahasiswa, meliputi aspek keyakinan, praktik ibadah, pengetahuan agama, pengalaman spiritual, dan dampak pada perilaku sosial.

H. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani yaitu *hipo* dan *tesis*. *Hipo* berarti bawah, kurang atau lemah dan *tesis* berarti teori atau proporsi. Jadi hipotesis merupakan dugaan sementara yang masih lemah kebenarannya, oleh karena itu untuk menentukan benar atau tidaknya hipotesis harus dilakukan pengujian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan temuan penelitian terhadap sampel yang diambil dari populasi dalam suatu penelitian.²¹

Melalui konten-konten Islam yang ditampilkan di akun TikTok @mediadakwah.07, mahasiswa, khususnya pengurus IMPP Pekalongan, dapat memperoleh pengetahuan, motivasi, dan dorongan untuk meningkatkan sikap religius mereka. Dengan demikian, dapat dirumuskan sebuah hipotesis:

H_a = Konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07 berpengaruh terhadap religiusitas pengurus IMPP Pekalongan periode 2025/2026.

H_o = Konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07 tidak berpengaruh terhadap religiusitas pengurus IMPP Pekalongan periode 2025/2026.

I. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah metode penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan atau lokasi objek penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data faktual dari sumber pertama (responden) melalui observasi, atau penyebaran kuesioner.²²

²¹ Irianto Arintonang, *Aplikasi Statistika dalam Pengolahan dan Analisis Data*, (Yogyakarta: Media Pressindo 2005), Hlm. 43.

²² John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed* (Edisi III; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010) hlm. 5

Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka dan dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.²³ Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh konten Islam di akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap religiusitas pengurus organisasi IMPP Pekalongan periode 2025/2026.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah objek penelitian yang mempunyai jenis khusus yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya, Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas dan variabel terikat.²⁴

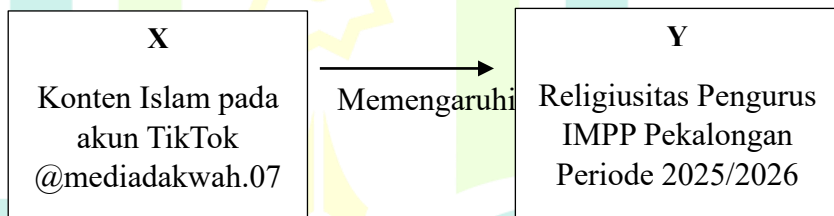
- a. Variabel independen (X) merupakan variabel yang memengaruhi, menimbulkan perubahan, serta berkontribusi terhadap munculnya variabel terikat (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07, yaitu segala bentuk video dakwah Islam yang disajikan melalui platform TikTok dengan memuat pesan keagamaan, nilai-nilai moral, ajaran Islam, motivasi Islami, maupun materi ibadah. Konten Islam diukur berdasarkan sejauh mana pengurus IMPP Pekalongan mengakses, memahami, dan merespons pesan yang disampaikan melalui video dakwah tersebut. Variabel ini mencakup aspek intensitas menonton, ketertarikan terhadap konten, relevansi materi dakwah dengan kehidupan sehari-hari, tingkat pemahaman pesan, serta sikap penerimaan terhadap manfaat konten dakwah. Dengan demikian, konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07 berfungsi sebagai Variabel Independen

²³ John W. Creswell, *Research Design*, hlm. 316

²⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV Alfabeta, 2012), hlm. 60

(X) karena diasumsikan menjadi faktor yang memengaruhi religiusitas pengurus IMPP Pekalongan.

- b. Variabel dependen (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi konsekuensi dari adanya variabel independen.²⁵ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Religiusitas pengurus IMPP Pekalongan, yaitu tingkat keyakinan, pengalaman, pengamalan, dan perilaku keagamaan yang dimiliki individu sebagai wujud ketaatan terhadap ajaran Islam. Religiusitas dalam penelitian ini diukur berdasarkan lima dimensi religiusitas Glock dan Stark, yaitu: dimensi ideologis (keyakinan), dimensi ritualistik (pelaksanaan ibadah), dimensi intelektual (pengetahuan keagamaan), dimensi eksperiensial (pengalaman spiritual), dan dimensi konsekuensial (penerapan akhlak dan perilaku keagamaan dalam kehidupan sehari-hari). Oleh karena itu, religiusitas berfungsi sebagai Variabel Dependen (Y) karena menjadi dampak yang diteliti dari paparan konten Islam di TikTok.



Keterangan:

X = sebagai variabel independen (bebas)

Y = sebagai variabel dependen (terikat)

- c. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian merupakan karakteristik atau nilai dari suatu kegiatan, objek, atau individu yang memiliki variasi yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian digunakan untuk

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif*, hlm. 38.

membuat kesimpulan.²⁶ Berikut adalah tabel operasional variabel pada penelitian ini:

Tabel 1. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definsi Operasional	Indikator	Skala
Konten Islam pada akun TikTok	Konten Islam pada akun TikTok adalah segala bentuk materi audio-visual yang diproduksi dan disebarluaskan melalui platform TikTok yang memuat nilai-nilai, ajaran, dan pesan keislaman, baik yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, maupun pemikiran ulama, dengan tujuan dakwah, edukasi, inspirasi, dan pembentukan sikap religius pengguna.	1. Ajaran Aqidah 2. Fiqh dan Hukum Islam 3. Akhlak dan Etika Islam 4. Sejarah Islam 5. Motivasi dan Inspirasi 6. Tafsir dan Pengetahuan keagamaan	Skala likert
Religiusitas	Religiusitas adalah tingkat sejauh mana seseorang meyakini, Menginternalisasi	1. Ideologis (Keyakinan) 2. Ritualistik (Pelaksanaan Ibadah)	Skala likert

²⁶ Nikmatur, Ridha, "Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian", Jurnal Hikmah, 14.1 (2017)

	serta menerapkan ajaran agama dalam aktivitas sehari-hari	3. Intelektual (Pemahaman ajaran agama) 4. Pengalaman (Perasaan spiritual) 5. Pengamalan (Perilaku sehari-hari)	
--	---	---	--

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sumber data bagi peneliti. Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁷ Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pematang (IMPP) Pekalongan periode 2025/2026, dengan total sebanyak 47 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili karakteristik keseluruhan populasi. Menurut Arikunto, apabila jumlah populasi kurang dari 100, maka sebaiknya semua anggota populasi dijadikan sampel penelitian; namun apabila jumlahnya besar, dapat diambil sebagian dengan mempertimbangkan tingkat kesalahan tertentu.²⁸ Jenis

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm 80.

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm 174.

sampling penelitian ini menggunakan teknik random sampling atau sampel acak, yaitu teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi responden. Metode ini dianggap paling objektif karena tidak dipengaruhi oleh pertimbangan subjektif peneliti dalam menentukan siapa yang dijadikan sampel.²⁹ Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan memakai rumus Slovin, yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Di mana:

- n = ukuran sampel yang dibutuhkan
- N = ukuran populasi = 47
- e = tingkat kesalahan yang diinginkan = 0,05

Menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{47}{1+47 \times (0.05)^2}$$

$$n = \frac{47}{1+47 \times 0.0025}$$

$$n = \frac{47}{1+0.1175}$$

$$n = \frac{47}{1.1175}$$

$$n \approx 42,06$$

Jadi, ukuran sampel yang dibutuhkan adalah sekitar 43 responden.

Dengan demikian, untuk populasi pengurus organisasi IMPP Pekalongan periode 2025/2026 sebanyak 47 pengurus dan tingkat kesalahan 5%, ukuran sampel yang diperlukan adalah sekitar 43 pengurus.

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 120.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Angket

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket, yang disusun berdasarkan indikator dari setiap variabel. Angket tersebut dirancang untuk mengukur variabel X, yaitu (Konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07) dan variabel Y (Religiusitas Pengurus IMPP Pekalongan). Angket disusun menggunakan skala Likert, yaitu skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu objek. Setiap item pertanyaan atau pernyataan dalam angket memiliki lima pilihan jawaban dengan bobot sebagai berikut:³⁰

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel 1. 2 Skala Likert

5. Uji Coba instrumen Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Agar suatu pengujian dianggap sah, Instrumen penelitian yang digunakan harus benar-benar memiliki kemampuan untuk mengukur aspek yang menjadi tujuan pengukuran. Dalam hal ini, proses pengujian validitas lebih penting daripada hanya sekedar melihat hasil atau skor yang diperoleh.³¹ Peneliti melakukan uji validitas

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 134.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif*, hlm. 240.

untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner memang sesuai dan layak digunakan. Untuk menguji validitas butir pertanyaan (item) pada kuesioner, peneliti menerapkan teknik *korelasi product moment pearson*, yang digunakan untuk menguji sejauh mana hubungan antara skor pada setiap item pertanyaan dengan skor total.

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\{\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x)^2}\}\{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}$$

Keterangan:

N = jumlah responden penelitian

$\sum y$ = jumlah variabel y

$\sum x$ = jumlah variabel x

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

a. Uji Reliabilitas

Dapat dipercaya artinya bisa diandalkan. Salah satu ciri orang yang bisa dipercaya adalah kemampuannya untuk berpikir secara konsisten dan tidak mudah berubah-ubah. Hal yang sama berlaku untuk tes atau instrumen penelitian. Jika suatu tes menghasilkan hasil yang sama ketika dilakukan berulang kali, maka tes tersebut dianggap reliabel atau dapat dipercaya. Dengan demikian, suatu instrumen dapat disebut reliabel apabila memberikan hasil yang stabil dan konsisten, sehingga dapat dipercaya dalam mengukur aspek yang ingin diteliti.³²

Berikut ini adalah penggunaan Cronbach's Alpha oleh peneliti untuk menentukan reliabilitas keseluruhan kuesioner:

³² Suharsimi, Arikunto, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 74

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum ab}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan: r_{11} = koefisien reliabilitas alpha K = jumlah pertanyaan $\sum ab$ = jumlah varian butir $\sigma^2 t$ = varians total

Sedangkan untuk mendapatkan varian digunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan: σ_b^2 = varian skor butir $\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor butir $\sum x$ = jumlah skor butir N = banyaknya mahasiswa

6. Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini diolah dengan metode statistik kuantitatif menggunakan bantuan program SPSS. Sebelum dilakukan analisis regresi linear sederhana, terlebih dahulu peneliti melaksanakan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data telah memenuhi kriteria yang dipersyaratkan dalam analisis statistik parametrik.³³

a. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi:

1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memastikan apakah data memiliki distribusi yang normal. Dalam penelitian ini, uji tersebut dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov Test. Apabila nilai signifikansi

³³ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2009), 261–270.

(Sig.) lebih besar dari 0,05, maka data dapat dikategorikan berdistribusi normal.³⁴

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mendeteksi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada setiap tingkat prediktor. Uji dilakukan dengan metode Glejser Test. Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 pada masing-masing variabel independen, maka data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.³⁵

3. Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah terdapat hubungan yang bersifat linier antara variabel independen, yaitu konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07, dengan variabel dependen, yakni religiusitas pengurus IMPP Pekalongan. Pengujian ini dilakukan sebagai langkah awal sebelum analisis regresi linear sederhana, dengan tujuan memastikan bahwa model yang diterapkan sudah sesuai.³⁶

Pengujian linieritas dilakukan dengan metode ANOVA (Analysis of Variance) melalui uji Linearity dan Deviation from Linearity menggunakan bantuan program SPSS.

Kriteria Pengambilan Keputusan:

- Apabila nilai signifikansi Deviation from Linearity lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel X dan Y bersifat linier.
- Sebaliknya, jika nilai signifikansi Deviation from Linearity kurang dari atau sama dengan 0,05, maka hubungan antara variabel X dan Y dinyatakan tidak linier.

³⁴ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017), 115.

³⁵ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017), 119.

³⁶ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017), 121.

b. Uji Hipotesis

1. Regresi Linier Sederhana

Penulis menggunakan metode regresi linier sederhana untuk uji hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:³⁷

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Religiusitas pengurus IMPP Pekalongan periode 2025/2026

X = Konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07

a = harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan)

b = koefisien regresi, yang menampilkan hubungan antara perubahan variabel independen dan variabel dependen sebagai peningkatan atau penurunan (di mana (+) menunjukkan tren naik dan (-) menunjukkan tren turun).

2. Uji Koefisien Determinasi

Dengan menggunakan kuadrat koefisien korelasi dan mengalikannya dengan 100%, uji koefisien determinasi menentukan sejauh mana konten Islam memengaruhi religiusitas pengurus organisasi IMPP Pekalongan periode 2025/2026. Berikut rumus koefisien determinasi:³⁸

$$D : r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D : koefisien determinasi

r : koefisien korelasi

³⁷ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017), 210.

³⁸ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm 261.

Rumus momen produk harus digunakan untuk mendapatkan nilai koefisien korelasi agar dapat mengetahui koefisien determinasi:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\{\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x)^2}\}\{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}$$

Keterangan:

N = Jumlah responden penelitian

$\sum y$ = Jumlah total item variabel y

$\sum x$ = Jumlah variabel x

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

7. Sistematika Penulisan Skripsi

Peneliti telah menguraikan prosedur berikut untuk memudahkan penyusunan penelitian ini dan memastikan bahwa temuannya disusun secara sistematis dan teratur:

BAB I (PENDAHULUAN)

Menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka berfikir, hipotesis penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II (TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI)

Menjelaskan tentang landasan teori utama dan teori pendukung untuk membantu memecahkan masalah.

BAB III (GAMBARAN UMUM PENELITIAN)

Menjelaskan tentang gambaran umum penelitian dan hasil pengumpulan data dari kuisioner/angket tentang pengaruh konten Islam di akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap religiusitas pengurus Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang – Pekalongan periode 2025/2026.

BAB IV (ANALISI DAN PEMBAHASAN)

Menjelaskan tentang penjelasan secara sistematika terkait pengaruh konten Islam di akun TikTok @mediadakwah.07 terhadap religiusitas pengurus Ikatan

Mahasiswa Pelajar Pemalang – Pekalongan periode 2025/2026.

BAB V (PENUTUP)

Berisi tentang Kesimpulan penelitian dan saran penelitian.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 43 responden, konten Islam pada akun TikTok @mediadakwah.07 berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas pengurus IMPP Pekalongan periode 2025/2026. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,098 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai R Square sebesar 0,870 (87%) menunjukkan bahwa pengaruh konten Islam terhadap religiusitas sebesar 87%, sedangkan 13% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti lingkungan keluarga, pendidikan agama, pergaulan, pengalaman spiritual pribadi, motivasi internal, serta paparan media dakwah lainnya yang juga berperan dalam membentuk tingkat religiusitas seseorang.

Dampak teoritis dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten dakwah di media sosial mampu memengaruhi pembentukan religiusitas mahasiswa, baik pada aspek keyakinan, pemahaman agama, maupun perilaku keagamaan sehari-hari. Selain itu, temuan ini memperlihatkan bahwa TikTok dapat menjadi media dakwah digital yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada generasi muda.

B. Saran

1. Saran Praktis

Saran praktis dalam penelitian ini ditujukan kepada pengelola akun TikTok @mediadakwah.07 agar tetap konsisten dalam menyebarkan konten-konten dakwah Islam yang positif, edukatif, dan menarik bagi generasi muda. Serta meningkatkan kualitas dan kreativitas konten dakwah Islam yang disampaikan. Konten yang menarik, singkat, dan mudah dipahami dapat membantu generasi muda lebih tertarik mempelajari ajaran Islam melalui media sosial. Selain itu, penyampaian pesan dakwah yang relevan dengan

kehidupan sehari-hari perlu terus dikembangkan agar dapat memberikan pengaruh positif kepada audiens.

2. Saran Akademis

Saran akademis dalam penelitian ini ditujukan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian mengenai dakwah digital dan religiusitas dengan menggunakan metode, teori, maupun objek penelitian yang berbeda. Penelitian berikutnya juga dapat memperluas kajian tidak hanya pada media TikTok, tetapi juga platform media sosial lainnya seperti YouTube, Instagram, maupun X agar memperoleh hasil penelitian yang lebih beragam dan mendalam.

Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang berkaitan dengan religiusitas, seperti lingkungan sosial, pendidikan agama, atau intensitas penggunaan media sosial, sehingga penelitian yang dilakukan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif mengenai pengaruh media sosial terhadap kehidupan keagamaan masyarakat di era digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hasib Hudaya, A. M. (2023). Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah. Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- Ahmad, J. (2020). Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Tesis, Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 79.
- Aji, W. N. (2020). Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. *Jurnal Proceeding Unikal*, Vol. IV, No. 7.
- Anas, M. (2025). Potret Dakwah Digital di Era Modernisasi: Studi Media Sosial sebagai Media Dakwah. *Al-Muttaqin: Jurnal Studi Sosial dan Ekonomi*.
- Anggito, A. d. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Aqmarina Nurhasna, H. D. (2024). Analisis Teori Jarum Hipodermik pada Komunikasi Massa: Studi Kasus Produk Blue Band. *FINDER: Journal of visual communication design*.
- Arifin, B. S. (2008). *Psikologi Agama*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arikunto, S. (2013). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aritonang, I. (2005). *Aplikasi Statistika dalam Pengolahan dan Analisis Data*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Buana, T. d. (2022). Penggunaan Aplikasi Tiktok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, Vol 18, No 4.
- Budiman, H. (2015). Kesadaran Beragama Pada Remaja Islam. *Al Tadzkkiyya: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol 6, No 1.
- Chalimatusadiah, N. A. (2025). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Desviana. (2021). Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok Dakwah @Basyasman00 Terhadap Sikap Keberagamaan . *Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 88.

- Dimas Arya, L. R. (2020). Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2). *Jurnal Penelitian*, 289-296.
- Dwiva Ramadani Ginting, d. (2024). Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara. *Jurnal, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 93-94.
- Elaofy, H. (2025). Demystifying the Hypodermic Needle Theory: EFL Students' Journey from Passive to Critical Social Media Consumption. *Sprin Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, 16-26.
- Elba Hagia Savia, K. T. (2025). Dinamika Penyebaran Tren Kuliner Viral di TikTok dalam Perspektif Teori Jarum Hipodermik. *FINDER: Journal Visual Of Communication Design*.
- Erwan Effendi, P. K. (2023). Teori Peluru Ajaib. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*.
- Fadilah, R. (2025). Analisis Efek Media Massa terhadap Perubahan Perilaku dan Struktur Nilai Kultural di Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Islam*, 41-45.
- Harahap, R. W. (2023). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital: Study Literature Review. *An-Nadwah*.
- Harinaldi. (2005). *Prinsip-Prinsip Statistic Untuk Teknik dan Sains*. Jakarta: Erlangga.
- Hariyati, J. (2025). Media Sosial Sebagai Media Dakwah: Penyebaran Konten Kajian Al-Qur'an di Media Sosial dalam Perspektif Al-Qur'an. *Edu Society: Jurnal pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian kepada Masyarakat*.
- Hasibuan, N. H. (2024). Penggunaan Whatsapp Dalam Saran Dakwah di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Jurnal Komunika Islamika*.
- Hasnah Nasution, A. M. (2021). Pengaruh Medsos terhadap Religiusitas Mahasiswa. *Studia Sosia Religia*.
- Ibad, M. N. (2024). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang. *Al-Qudwah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*.
- Indrastuti, B. S. (2024). Analisis Dimensi Religiositas dalam Karya 'Tenang Saja, Allah Akan Menjaga Kita! *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*.

- Islami, R. (2022). Pengaruh Bimbingan Kelompok Berbasis Religius terhadap Regulasi Diri Siswa. *Secondary: Jurnal Inovasi Pendidikan Menengah*.
- Istiani, N. (2023). Religiusitas Holistik dalam Kebijakan Kementerian Agama terhadap Orientasi Majelis Taklim di Indonesia. *Poros Onim: Jurnal Sosial Keagamaan*.
- Juanda, A. (2024). Assessing Students' Religious Proficiency Using Glock-Stark Dimensions and Its Impact on Curriculum Development. *Paedagogia*.
- Juhridin, F. C. (2024). TIKTOK : MEMAHAMI DINAMIKA KONTEN ISLAMIS DALAM ERA DIGITAL. *Sosio dan Humaniora*, 3.
- Jumhadi, A. I. (2024). Strategi Dakwah Berbasis Media Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Generasi Z di Indonesia. *Spektra: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*.
- Khairuni, N. (2016). Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak. *Jurnal Edukasi*, Vol 2, No. 1.
- Komala, R. D. (2017). Tinjauan Implementasi Personal Selling Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Astra Biz Center Bandung. *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom*, Vol 3, No 2.
- Lestari, P. (2022). Hubungan Intensitas Mengakses Konten Islami Pada Aplikasi TikTok Terhadap Sikap Keagamaan Mahasiswa PAI UIN Raden Mas Said Surakarta Angkatan 2019 . *Skripsi, UIN Raden Mas Said Surakarta, Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah*, 73.
- Madhani, L. M. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta. *at-thullab jurnal mahasiswa studi islam*, 3(1), 604-62.
- Margono, S. (2003). *Metodologi Penelitian. Cet. II*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Marwan, M. R. (2022). Analisis Penyebaran Berita Hoax Pada Pengguna Media Sosial Berdasarkan Hypodermic Needle Theory. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 59-60.
- Meisi Isnaini, M. S. (2023). Pendekatan Uses and Gratification Theory pada Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar. *Journal on Education* 5, no. 4, 13647-13655.
- Moh. Ahsan Faradisi, K. A. (2023). Strategi Dakwah Islamiyah di Tengah Problematika Umat dalam Media TikTok. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*.

- Muhamad Parhan, d. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI. *Jurnal, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia*, 13-14.
- Nafiah, T. M. (2022). Platform Tiktok sebagai media dakwah di kalangan remaja milenial. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, 16(2), 186.
- Nurdin, I. (2010). *Metodologi Penelitian Social*. Surabaya: Sahabat Cendekia.
- Prakoso, A. D. (2020). Penggunaan Aplikasi TikTok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame. *Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung*.
- Prawitasari, G. (2017). Profil Status Identitas Religius Pada Remaja Akhir. *Psikopedagogia Jurnal Bimbingan Dan Konseling*.
- Prianbodo, B. (2018). Pengaruh TikTok Terhadap Kreatifitas Remaja Surabaya. *Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya*.
- Puspitasari, D. (2022). Pengaruh Tingkat Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Sikap Keberagamaan Remaja di Desa Taccorong Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba. *Skripsi, Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Alauddin Makassar*, 66-67.
- Puspitasari, D. (2022). Pengaruh Tingkat Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Sikap Keberagamaan Remaja Di Desa Taccorong Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba. *Skripsi, UIN Alauddin Makassar, Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan*, 68.
- Rahayu Rahmadani, M. d. (2021). Efektivitas Dakwah Media Sosial Dalam Pengamalan Agama Mahasiswa. *Jurnal Komunika Islamika*.
- Rahmatu Lailia Khoiru Nisa, d. (2023). Peran Akun Instagram Ustadz Hanan Attaki dan Efektivitasnya sebagai Media Dakwah Ditinjau dari Teori Jarum Hipodermik. *Journal of islamic Studies*.
- Ridha, N. (2017). "Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian". *Jurnal Hikmah*, 14.
- Rizka Aulia, J. A. (2024). The Impact of Using TikTok Social Media Towards the Lifestyle of Millennial Students,. *An-Nadwah*.
- Rizki, S. N. (2024). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam*, 13-14.

- Robby Aditya Putra, E. A. (2023). Media Dakwah TikTok Untuk generasi Z. *Ath-Thariq Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.
- Saleh, A. R. (2022). Dimensi Keberagamaan dalam Pendidikan. *Jurnal Jendela Pendidikan*, 580-590.
- Salma Humaira Supratman, R. K. (2022). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan. *Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 10-14.
- Sari, N. I. (2023). Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi TikTok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap. *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Parepare, Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah*, 69.
- Setiawan, A. A. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: Cv Publisher Jejak.
- Siregar, A. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*.
- Siti Nurmaya, d. J. (2024). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam*.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal pf education research*.
- Suduiro, D. E. (2003). *Kiat Menyusun Penelitian*. Surabaya: Mandar Maju.
- Sugiyono. (2009). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistik untuk Penelitian* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik* . Yogyakarta: Gava Media.
- Syarif, K. &. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja pada Lingkungan Masyarakat. *Jurnal Komunikasi dan Organisasi (J-KO) Volume 6, Nomor 1, Februari, Tahun 2024*, 52.

- Tambunan. (2025). Analisis Lima Dimensi Religius dalam Film Qodrat Karya Charles Gozali: Kajian Sosiologi Sastra. *Wicara: Jurnal Sastra, Bahasa, dan Budaya*.
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara* 3, No 2, 339-356.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*.
- Zeki Yusuf, K. d. (2023). The Effective Strategies for Developing Religious Character Based on School Culture: The Perspectives of Thomas Lickona and Glock & Stark. *Progresiva: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*.

