



Dr. Muhamad Basyrul Muvid, S.Pd.I., M.Pd.
Didiet Anindita Arnandy, M.Kom.
Achmad Atrosyidi, S.Kom., M.Med.Kom., MTA.



Monograf

Pengaruh Media Sosial

TikTok

Pada Tingkat Religiositas Mahasiswa
Di Perguruan Tinggi



Monograf

Pengaruh Media Sosial

TIKTOK

Pada Tingkat Religiositas Mahasiswa
Di Perguruan Tinggi

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 28 TAHUN 2014
TENTANG HAK CIPTA**

**PASAL 113
KETENTUAN PIDANA
SANKSI PELANGGARAN**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Dr. Muhamad Basyrul Muvid, S.Pd.I., M.Pd.
Didiet Anindita Arnandy, M.Kom.
Achmad Arrosyidi, S.Kom., M.Med.Kom., MTA.



Monograf

Pengaruh Media Sosial

TIKTOK

Pada Tingkat Religiositas Mahasiswa
Di Perguruan Tinggi

Monograf

PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK

Pada Tingkat Religiositas Mahasiswa di Perguruan Tinggi

*Diterbitkan pertama kali dalam bahasa Indonesia
oleh Penerbit Global Aksara Pers*

ISBN: 978-623-462-528-8

viii + 82 hal.; Ukuran Unesco (15,3 x 23cm)

Cetakan Pertama, Februari 2024

Copyright © 2024 Global Aksara Pers

Penulis : Dr. Muhamad Basyrul Muvid, S.Pd.I., M.Pd.
Didiet Anindita Arnandy, M.Kom.
Achmad Arrosyidi, S.Kom., M.Med.Kom., MTA.

Penyunting : Dr. Alaika M. Bagus Kurnia PS., M.Pd.

Desain cover : Arum Nur Laili

Layouter : Hamim Thohari Mahfudhillah

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan bentuk dan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

Diterbitkan oleh:



CV. Global Aksara Pers

Anggota IKAPI, Jawa Timur, 2021,

No. 282/JTI/2021

Jl. Wonocolo Utara V/18 Surabaya

+628977416123/+628573269334

globalaksarapers.com

PRAKATA PENULIS



Puji syukur kepada Allah Swt., yang telah memberikan kemudahan sehingga penyusunan buku ini sudah sampai final. Kajian buku monograf ini berpusat pada sejauh mana pengaruh media sosial TikTok terhadap tingkat religiositas mahasiswa. Hal ini didasari oleh perkembangan era digital yang semakin canggih yang tentu memberikan dampak baik positif maupun negatif terhadap mahasiswa dan juga masyarakat. Media sosial TikTok baru-baru ini menjadi media yang banyak diminati dari berbagai kalangan, fitur yang disajikan pendek, padat, jelas dan mudah ditonton serta dishare ke lini massa lainnya.

Namun, ditengah penggunaannya tentu dapat mempengaruhi sisi spiritual, moral dan sosial. Mengingat, tak jarang juga terdapat video-video yang kurang etis, tentu hal ini sedikit banyak dapat mempengaruhi kualitas dan daya iman; keagamaan para anak muda.



Oleh sebab itu, dalam buku ini akan diulas tentang pengaruh media sosial TikTok terhadap pembentukan sikap keagamaan (religiositas) generasi muda khususnya mahasiswa. Hal tersebut diharapkan memberikan manfaat tentang bagaimana caranya menggunakan sosial media dengan baik, dan bisa men-*skip* berita atau video yang tidak sejalan dengan titah agama. Kemudian, bisa men-*share* berita, video atau lainnya yang bernuansa agama, moral, etika yang sifatnya edukasi. Semoga buku ini bisa menjadi bacaan masyarakat dan generasi muda dalam merespon kemajuan teknologi (TikTok) dengan baik dan bijak tanpa meninggalkan nilai-nilai agama yang selama ini dianut atau dijadikan landasan hidup.

Penulis menyadari bahwa masih banyak hasil kajian yang kurang lengkap, yang hal tersebut membutuhkan saran dan kritik produktif dari para pembaca agar naskah ini bisa lebih sempurna.

Mudah-mudahan kajian dalam buku monograf ini bisa memberikan manfaat khususnya bagi remaja; mahasiswa di tengah kemajuan teknologi yang super canggih. Selamat membaca...!

Surabaya, 5 Oktober 2023

Penulis

DAFTAR ISI



PRAKATA PENULIS	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II MENGENAL MEDIA SOSIAL DI ERA	
DIGITAL	8
A. Definisi Media Sosial	8
B. Manfaat Media Sosial.....	10
C. Peran Media Sosial	13
D. Fungsi Media Sosial	14
E. Dampak Media Sosial.....	15
F. Media Sosial dan Perubahan Sosial.....	19
BAB III KONSEP RELIGIOSITAS DALAM DIMENSI	
ISLAM.....	22
BAB IV METODE KAJIAN	29



BAB V	PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA TINGKAT RELIGIOSITAS MAHASISWA.....	34
BAB VI	ANALISA KRITIS ATAS PENGARUH PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA TINGKAT RELIGIOSITAS MAHASISWA DI PERGURUAN TINGGI	44
BAB VII	MANFAAT MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MEMBENTUK RELIGIOSITAS GENERASI MUDA.....	65
	DAFTAR PUSTAKA	71
	BIOGRAFI PENULIS	79

BAB I

PENDAHULUAN



Kemajuan teknologi menjadi suatu keniscayaan yang tidak bisa dihambat maupun dibendung. Berbagai aplikasi dengan fitur-fitur canggihnya “membius” kehidupan manusia. Penggunaan media sosial menjadi sebuah rutinitas di banyak kalangan untuk beraktivitas, mengisi waktu bahkan bekerja. Kemajuan teknologi sebagai capaian besar manusia sebagai pelaku dari pengembangan tersebut, mereka dibekali oleh Tuhan akal yang cerdas sehingga bisa melakukan berbagai trobosan (inovasi) dan lain sebagainya untuk memajukan kehidupan manusia di samping tujuan yang lain.

Era digital menunjukkan bahwa manusia di dunia khususnya di Indonesia memasuki era di mana mereka “melek” IT, sehingga mempengaruhi gaya hidup dan perilakunya sehari-hari. Satu sisi mereka menjadi umat yang maju dan sangat membantu kebutuhan hidup mereka sehari-hari, sisi lain ada celah-celah negatif yang ditimbulkan dari media sosial tersebut. Hal ini disebabkan karena



penyalahgunaan pengguna yang kurang sehat (baca; kurang bijak) dalam memanfaatkan sosial media, akibatnya banyak etika baik etika agama, maupun budaya sebagai orang timur (Indonesia) yang dilanggar atau diabaikan, tentu hal ini dapat menggikis nilai-nilai karakter yang ada di dalam diri masyarakat khususnya generasi muda (Ngafifi, 2014).

Tampilan-tampilan yang non-etis tersebut menjadi makanan sehari-hari generasi muda ditambah waktu mereka tidak bisa lepas dari *smartphone*. Artinya, segala tampilan baik positif maupun negatif di TikTok akan menghiasi pkitangan dan kehidupan mereka. Pkitangan dan kehidupan yang sering diisi oleh hal-hal negatif dapat mengikis kadar Iman dalam diri mereka, sehingga daya control agama dalam diri menjadi lemah. Akibatnya, mudah terpengaruh, terbayang-bayang bahkan diluapkan di dunia nyata dan ini banyak terjadi (Putranto & Harvelian, 2021).

Generasi muda kalangan mahasiswa menjadi generasi yang rentan terhadap pengaruh asing atau gaya hidup yang lagi “viral”. Sering kali, mengorbankan etika bahkan nilai-nilai agama demi menunjukkan gaya hidup atau model; penampilan yang menarik agar *booming* (Khosyatillah, 2018). Hal tersebut bisa dilacak pada media sosial TikTok yang akhir-akhir ini menjadi medsos yang paling gemar diminati, ditonton dan dijadikan sebagai tempat memposting video pendek, status dan potongan-potonga video lainnya. Penggunaannya yang mudah, ditambah fitur-fitur yang menarik, durasi yang tidak panjang menjadikannya sebagai pilihan untuk

meluapkan segala ekspresi para netizen. Namun, secara fakta seringkali tampilan atau suguhan yang ada di dalam TikTok lebih bernuansa negatif atau kurang etis, seperti video yang menampilkan aurat, muda muda berduaan dengan mesra, kemudian video atau tampilan yang mengarah kepada seksual dan lain sebagaimana (Agis, 2021). Meskipun, ada beberapa video tentang ceramah, nasehat-nasehat dan sejenisnya, tetapi dalam segi *like*, komen dan *share* lebih banyak kepada video yang bernuansa negatif tersebut (Deriyanto, D., & Qorib, F. 2019).

Hal di atas, sejatinya dapat mempengaruhi karakter anak bangsa dan sikap keagamaan. Dalam konteks agama Islam, melihat perkara-perkara yang kurang baik sangat dianjurkan untuk dihindari, apalagi tampilan haram maka wajib dijauhi. Namun, aturan agama akan diabaikan dengan kesenangan, kenyamanan dan kepentingan hawa nafsu sesaat para pengguna TikTok tersebut. Paradigma demikian, dapat merusak tatanan sosial, agama dan perilaku seseorang, sehingga sering terjadi konflik yang diluapkan di media sosial tersebut, yang tentu hal ini tidak etis dipublikasikan di publik dalam konteks pendidikan khususnya kepada generasi muda.

Religiositas atau yang lebih dikenal dengan sikap keagamaan (religi) merupakan sikap yang mematuhi segala aturan yang ada dalam agama tersebut. Agama menjadi lkitasan dalam bertindak dan bersikap serta lkitasan dalam hidup di dunia. Sikap keagamaan seseorang bisa terbentuk dengan dukungan internal dan eksternal (Aviyah & Farid, 2014). Internal berpusat kepada diri sendiri



(individu), eksternal berpusat pada dunia luar bisa teman, lingkungan, orang tua, berita, media sosial dan lain sebagainya. Faktor eksternal menjadi faktor yang tidak bisa dianggap “remeh” dalam membentuk atau mempengaruhi baik paradigma, sikap, perilaku seseorang, termasuk sikap keagamaan.

Hadirnya media sosial TikTok sangat memberikan dampak yang luar biasa dan diperlukan kajian yang mendalam tentangnya. Dalam konteks religiositas apakah TikTok memberikan pengaruh? pengaruh dalam dua arti yakni positif dan negatif. Artinya, penggunaan media sosial TikTok bagi mahasiswa apakah dapat mempengaruhi tingkat religiositas mahasiswa atau sebaliknya.

Beberapa kajian sebelumnya menjelaskan bahwa dalam penggunaan TikTok, siswa dapat terpapar pada berbagai tayangan video yang dapat memengaruhi pikiran mereka tentang keagamaan (Hidayati & Anggraini, 2022). Sari dkk, (2021) juga menjelaskan penggunaan media sosial dapat mempengaruhi perilaku dan nilai-nilai remaja, termasuk religiositas. Siahaan, dkk (2022) menyimpulkan bahwa penggunaan TikTok dapat mempengaruhi karakter remaja. Kristiani & Putri (2022) menyimpulkan dalam kajiannya bahwa TikTok membentuk perilaku senang kepada penggunaannya sehingga ia menjadi media sosial pilihan. Adawiyah (2020) mengkaji bahwa TikTok berpengaruh pada terhadap pembentukan sikap percaya diri siswa. Pratama & Muchlis (2020) dalam kajiannya memberikan informasi bahwa media TikTok memberikan dampak baik terhadap pembentukan pola komunikasi

pelajar. Kajian lain yang dilakukan oleh Asdiniah & Lestari (2021) memberikan informasi atas kajiannya bahwa TikTok dapat mempengaruhi prestasi siswa.

Dari berbagai kajian di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial TikTok memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kehidupan remaja dari berbagai sisi, baik karakter, prestasi, percaya diri, komunikasi, rasa senang, dan lain sebagainya. Namun, kajian khusus tentang pengaruh TikTok terhadap religiositas mahasiswa belum begitu tampak secara spesifik. Oleh sebab itu, dalam kajian ini akan difokuskan penggunaan TikTok dan pengaruhnya terhadap religiositas mahasiswa, di mana nantinya akan dilakukan survei terhadap mahasiswa di Universitas Dinamika Surabaya dan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk mengumpulkan data tentang pola penggunaan TikTok dan tingkat religiositas mereka. Data akan dianalisis menggunakan metode statistik untuk melihat hubungan antara kedua variabel tersebut. Di harapkan nantinya hasil kajian ini dapat memberikan wawasan tentang pengaruh penggunaan TikTok pada tingkat religiositas mahasiswa dan memberikan saran bagi orang tua, guru, dan praktisi pendidikan tentang penggunaan media sosial yang tepat.



Dengan demikian, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Penggunaan TikTok bagi Religiositas Mahasiswa?
2. Bagaimana Dampak Penggunaan Tiktok bagi Pembentukan Religiositas Mahasiswa?

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat dipahami bahwa kajian dalam buku monograf ini lebih kepada bagaimana dampak media sosial TikTok terhadap pembentukan sikap keagamaan mahasiswa yang dimana terdiri atas dua karakter yakni mahasiswa yang berhaluan umum (di Universitas Dinamika) dan mahasiswa yang berhaluan agamis (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel), hal ini menjadi keunikan (*novelty*) dalam buku ini sehingga menjadi spesifikasi atau karakteristik tersendiri di banding kajian atau buku monograf lainnya.

Temuan yang ada nanti akan ditelaah lebih lanjut untuk menjawab rumusan masalah di atas, dalam bahasa lain metodologi pemecahan masalahnya penulis menggunakan metode kuantitatif model survey sebagaimana penjelasan di paragraf sebelumnya. Hasil nanti diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi generasi muda tentang sikap keagamaan yang harus dimiliki sebagai pengejawantahan terhadap ajaran Islam yang bisa didapat salah satunya melalui sumber-sumber informasi di media sosial TikTok. Artinya, di sini tidak disimpulkan bahwa TikTok sebagai media sosial yang hanya memberikan hiburan tetapi juga pesan-pesan

moral yang bisa menambah pengetahuan keagamaan generasi muda. Hal tersebut, harus menjadi “ladang” kesempatan bagi para dai-dai’yah untuk benar-benar menggunakan TikTok sebagai wadah dakwah Islam yang humanis agar generasi muda bisa terbimbing dan terdidik moralnya secara tidak langsung.



BAB II

MENGENAL MEDIA SOSIAL DI ERA DIGITAL



A. Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan *platform* digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaanya (<https://id.wikipedia>).

Sosial media dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian besar yaitu :

1. *Social Networks*, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (*Facebook, myspace, hi5, Linked in, bebo*, dan lain-lain).
2. *Discuss*, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (*google talk, yahoo! M,*



skype, phorum, dan lain-lain.

3. *Share*, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, musik, (*youtube, slideshare, feedback, flickr, crowdstorm, dan lain-lain*).
4. *Publish*, (*wordpress, wikipedia, blog, wikia, digg, dan lain-lain*).
5. *Social game*, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (*koongregate, doof, pogo, cafe.com, dan lain-lain*).
6. *MMO* (*kartrider, warcraft, neopets, conan, dan lain-lain*).
7. *Virtual worlds* (*habbo, imvu, starday, dan lain-lain*).
8. *Livecast* (*y! Live, blog tv, justin tv, listream tv, livecastr, dan lain-lain*)
9. *Livestream* (*socializr, froendsfreed, socialthings!, dan lain-lain.*)
10. *Micro blog* (*twitter, plurk, pownce, twirxr, plazes, tweetpeek, dan lain-lain*).

Sosial media mehapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan ttidak peduli siang atau pun malam.

Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan Media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam



sedetik bisa menjadi “kecil” dengan Media sosial (<https://www.unpas.ac.id>).

Sedangkan pengertian TikTok sendiri ialah iTok, dan padanannya dalam bahasa Mkitarin, Douyin, adalah layanan hosting video berdurasi pendek yang dimiliki oleh perusahaan Tiongkok, ByteDance. Layanan ini menghosting video yang dikirimkan pengguna, yang dapat berdurasi mulai dari 3 detik hingga 10 menit (<https://id.wikipedia.org>).

TikTok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dan platform *video music* dimana pengguna bisa membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat membuat video pendek yang unik dengan cepat dan juga mudah untuk dibagikan dengan teman dan ke seluruh dunia. Namun, karena semakin berkembangnya aplikasi ini, kini pengguna juga bisa membuat video dengan durasi yang lebih panjang yaitu sekitar 60 detik atau yang setara dengan 1 menit (<https://dailysocial.id>).

B. Manfaat Media Sosial

Media sosial juga mempunyai berbagai manfaat, di antaranya:

1. **Bersosialisasi.** Manfaat media sosial ini memungkinkan kita untuk berkomunikasi dengan siapa pun tanpa adanya hambatan jarak. Begitu mudahnya media sosial menghubungkan kita dengan banyak orang hanya dengan aplikasi yang terinstall di *gadget*.

2. **Sebagai Jurnal Harian.** Di tengah kecanggihan teknologi seperti sekarang ini fungsi buku harian tradisional bisa digantikan oleh media sosial. Banyak orang yang tidak segan menceritakan perasaan atau apa yang dialaminya di media sosial. Jadi, tidak salah apabila kita menyebutkan salah satu manfaat media sosial adalah sebagai jurnal harian.
3. **Bertemu Teman Lama.** Komunikasi yang sempat terputus karena jarak atau lainnya sehingga menyebabkan *lost contact* dengan teman masa sekolah atau kuliah. Semuanya bisa kita lakukan dengan media sosial. Masih berkaitan dengan manfaat media sosial sebagai alat bersosialisasi, juga bisa menjalin kembali tali silaturahmi bersama teman-teman lama, rekanan bisnis, dan lainnya.
4. **Mendapatkan Teman Baru.** Manfaat media sosial yang lainnya yaitu membuka kesempatan untuk menjalin pertemanan dengan orang baru. Dengan menggunakan media sosial, siapa tahu kita akan bertemu dengan orang-orang yang cocok dengan kita dan pada akhirnya menjadi teman mereka.
5. **Media Hiburan.** Tidak sedikit orang yang menyebutkan manfaat media sosial sebagai media hiburan. Dari *platform* tersebut, kita bisa menemukan beragam konten menarik yang menghibur saat sedang suntuk atau lelah menjalankan aktivitas seharian.
6. **Penyalur Hobi.** Rasanya akan menyenangkan jika kita bisa bercerita dengan sekelompok orang yang memiliki hobi



serupa. Hal ini bisa kita dapatkan dengan menggunakan media sosial. Kita bisa bergabung ke dalam komunitas yang sesuai dengan minat. Mulai dari berbagai tips, informasi, saling berbagi pengalaman, hingga hal-hal inspiratif lainnya bisa kita lakukan di komunitas *online* tersebut.

7. **Mendapatkan Informasi Terkini.** Media sosial juga bisa dimanfaatkan sebagai sumber informasi seperti lowongan pekerjaan, berita hiburan, isu global, dan sebagainya. Karena banyaknya informasi yang bergulir dengan mudah di media sosial, maka harus pandai-pandai menyaringnya agar tidak terjebak berita *hoax*.
8. **Meminta Bantuan.** *Platform* media sosial juga sering digunakan sebagai tempat untuk meminta bantuan perihal kehilangan sesuatu atau donasi bagi yang membutuhkan.
9. **Menambah Wawasan.** Melalui media sosial, banyak ilmu yang bisa kita dapatkan secara cuma-cuma. Banyak juga tokoh-tokoh berpengaruh yang membagi ilmunya melalui media sosial. Dari media sosial juga kita bisa mendapatkan tutorial untuk membuat sesuatu dan menghasilkan banyak karya. Mudah-mudahan informasi yang bisa diakses membuka peluang untuk mendapatkan ilmu baru yang tidak terbatas.
10. **Sumber Penghasilan.** Media sosial juga bisa menjadi salah satu sumber penghasilan. Bisa diperhatikan berapa banyak toko *online* yang eksis di media sosial dan berapa banyak pengguna yang membeli di toko-toko tersebut. Selain

digunakan untuk mencari hiburan dan sumber informasi, juga bisa mencari keuntungan; pundi-pundi rupiah melalui media sosial.

C. Peran Media Sosial

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti TikTok, blog, facebook, instagram, twitter, dan youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran. Media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional, antara lain:

1. Kesederhanaan. Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan marketing yang unggul. Sedangkan media sosial sangat mudah digunakan bahkan untuk orang tanpa dasar IT pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi internet.
2. Membangun Hubungan. Media sosial menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan. Perusahaan mendapatkan sebuah *feedback* langsung, ide, pengujian dan



mengelola layanan pelanggan dengan cepat. Jika menggunakan media tradisional maka tidak dapat melakukan hal-hal tersebut diatas, melainkan media tradisional hanya melakukan komunikasi satu arah.

3. Jangkauan Global. Media tradisional dapat menjangkau secara global tetapi tentu saja dengan biaya sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial, bisnis dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten kita untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.
4. Terukur. Dengan sistem *tracking* yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektifitas promosi. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

D. Fungsi Media Sosial

Ketika kita mendefinisikan media sosial sebagai sistem komunikasi maka kita harus mendefinisikan fungsi-fungsi terkait dengan sistem komunikasi, yaitu:

1. Administrasi. Pengorganisasian profil karyawan perusahaan dalam jaringan sosial yang relevan dan relatif dimana posisi pasar kita sekarang. Pembentukan pelatihan kebijakan media sosial, dan pendidikan untuk semua karyawan pada

penggunaan media sosial. Pembentukan sebuah blog organisasi dan integrasi konten dalam masyarakat yang relevan. Riset pasar untuk menemukan dimana pasar kita.

2. Mendengarkan dan Belajar. Pembuatan sistem pemantauan untuk mendengar apa yang pasar kita inginkan, apa yang relevan dengan mereka.
3. Berpikir dan Perencanaan. Dengan melihat tahap 1 dan 2, bagaimana kita akan tetap didepan pasar dan bagaimana kita berkomunikasi ke pasar. Bagaimana teknologi sosial meningkatkan efisiensi operasional hubungan pasar.
4. Pengukuran. Menetapkan langkah-langkah efektif sangat penting untuk mengukur apakah metode yang digunakan, isi dibuat dan alat yang kita gunakan efektif dalam meningkatkan posisi dan hubungan pasar kita.

E. Dampak Media Sosial

Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif dari media sosial adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet,



menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif dari media sosial adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain. Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat.

Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial positif

seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sedangkan perubahan sosial yang cenderung negatif seperti munculnya kelompok – kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma – norma yang ada.

Dampak positif dari media sosial adalah: (a) Memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang Dengan media sosial, kita dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja termasuk artis favorit kita yang juga menggunakan media sosial terkenal seperti TikTok, *Facebook* dan *Twitter*. (b) Memperluas pergaulan Media sosial membuat kita bisa memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas. Tentu saja hal ini berdampak positif bagi orang yang ingin mendapatkan teman atau pasangan hidup dari tempat yang jauh atau negara asing. (c). Jarak dan waktu bukan lagi masalah Di era media sosial seperti sekarang ini, hubungan jarak jauh bukan lagi halangan besar karena kita tetap dapat berinteraksi dengan orang lain kapan saja walaupun dipisahkan oleh jarak yang cukup jauh. (d). Lebih mudah dalam mengekspresikan diri Media sosial memberikan sarana baru bagi manusia dalam mengekspresikan diri. Orang biasa, orang pemalu, atau orang yang selalu gugup mengungkapkan pendapat di depan umum akhirnya mampu menyuarakan diri mereka secara bebas. (e). Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat Dengan media sosial, siapapun dapat menyebarkan informasi baru kapan saja, sehingga orang lain juga dapat memperoleh



informasi yang tersebar di media sosial kapan saja. Biaya lebih murah Bila dibandingkan dengan media lainnya, maka media sosial memerlukan biaya yang lebih murah karena kita hanya perlu membayar biaya internet untuk dapat mengakses media sosial

Dampak negatif dari media sosial adalah: (a) Menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya. Orang yang terjebak dalam media sosial memiliki kelemahan besar yaitu berisiko mengabaikan orang-orang di kehidupannya sehari-sehari. (b) Interaksi secara tatap muka cenderung menurun Karena mudahnya berinteraksi melalui media sosial, maka seseorang akan semakin malas untuk bertemu secara langsung dengan orang lain. (c) Membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet Dengan kepraktisan dan kemudahan menggunakan media sosial, maka orang-orang akan semakin tergantung pada media sosial, dan pada akhirnya akan menjadi kecanduan terhadap internet. (d) Rentan terhadap pengaruh buruk orang lain Seperti di kehidupan sehari-hari, jika kita tidak menyeleksi orang-orang yang berada dalam lingkaran sosial kita, maka kita akan lebih rentan terhadap pengaruh buruk. (e) Masalah privasi Dengan media sosial, apapun yang kita unggah bisa dengan mudah dilihat oleh orang lain. Hal ini tentu saja dapat membocorkan masalah-masalah pribadi kita. Oleh karena itu, sebaiknya tidak mengunggah hal-hal yang bersifat privasi ke dalam media sosial. (f) Menimbulkan konflik Dengan media sosial siapapun bebas mengeluarkan pendapat, opini, ide gagasan dan yang lainnya, akan tetapi kebebasan yang berlebihan tanpa ada

kontrol sering menimbulkan potensi konflik yang akhirnya berujung pada sebuah perpecahan.

F. Media Sosial dan Perubahan Sosial

Dengan hadirnya media sosial sebagai teknologi baru, tentu saja cara hidup manusia juga akan mengalami perubahan. Beberapa perubahan adalah semakin efektif dan efisiennya manusia dalam memperoleh informasi tidak terhalang waktu, tempat dan biaya yang tidak terlalu mahal. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan- perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

Masyarakat dapat berkomunikasi langsung dengan presiden melalui media sosial guna menyampaikan saran kritik dan ide yang membangun. Jika dalam metode konvensional masyarakat harus menjadi wakil rakyat atau anggota DPR terlebih dahulu dan atau melakukan demonstrasi didepan istana kepresidanan guna menyampaikan aspirasi, sekarang cara tersebut cenderung ditinggalkan. Dari sisi ekonomi semakin tingginya minat masyarakat terhadap media sosial, tidak sedikit masyarakat kita memperoleh keuntungan dengan berbisnis melalui media sosial. Maka masyarakat akan semakin tergantung dengan media sosial, dan hal



ini akan mempengaruhi kehidupan mereka sehari-hari. Mengakses media sosial setiap saat telah menjadi kebutuhan manusia yang baru untuk selalu meng- update informasi karena media sosial telah menjadi sumber informasi yang lebih aktual dibandingkan media lainnya.

Pengaruh negatif terhadap perubahan sosial masyarakat diantaranya: sering terjadi konflik antar kelompok – kelompok tertentu dengan berlatar belakang suku, ras maupun agama. Mengatasnamakan agama, kelompok tertentu memiliki pengikut dengan jumlah yang banyak pada media sosial cenderung memanfaatkan momen tertentu untuk menggerakkan massa dalam kegiatan tertentu.

Secara langsung media sosial berpengaruh terhadap terbentuknya kelompok – kelompok sosial tersebut dengan menanamkan prinsip, nilai dan akidah tertentu untuk menjadi perubah sistem. Bahkan dengan media sosial kelompok – kelompok tersebut dengan mudah mempengaruhi kondisi stabilitas sebuah negara. Ada pula berlatar belakang kesenjangan sosial yang sering mengundang komentar dan berujung konflik. Pola perilaku masyarakat yang menyimpang juga sering di *blow up* pada media sosial seperti grop atau komunitas penyuka sesama jenis seperti kaum *gay* dan lesbian. Jika dilihat dari sisi interaksi sosial pengaruh perubahan sosial di masyarakat terjadi karena semakin mudahnya manusia berinteraksi melalui media sosial, maka interaksi sosial di dunia nyata akan turut berkurang. Manusia tidak perlu lagi saling

bertemu secara langsung untuk berkomunikasi, sehingga hal ini akan membentuk pola hidup masyarakat yang semakin tertutup.



BAB III

KONSEP RELIGIOSITAS DALAM DIMENSI ISLAM



Religiositas merupakan sikap keagamaan yang dimiliki seseorang berkitaskan ajaran yang dianutnya. Bagaimana ajaran agama yang dipeluknya bisa menjadi karakter keseharian mereka. Artinya, ajaran agama menjadi lkitasan dan “qiblat” bagi pemeluknya untuk bertingkah laku, bersikap, bergaya dan berparadigma sesuai titah agama. Agama menjadi pondasi mendasar bagi terbentuknya kepribadian masyarakat yang utuh. Utuh dimaknai sebagai sinergitas antara kesalehan spiritual dan kesalehan sosial, antara tanggungjawab akhirat dan dunia, antara harmonisasi hubungan dengan Tuhan dan sesama (manusia).

Religiositas dimaknai sebagai sikap keagamaan seseorang yang bermanfaat untuk kehidupan sosial (antar individu). Artinya bisa dipahami bahwa konsep dari religiositas; sikap keagamaan

seseorang memberikan dampak sosial selain spiritual. Hal ini sangat penting dalam menjaga dinamika sosial kehidupan masyarakat yang ada. Mengingat, era digital sebagai era kebanyakan manusia terbius oleh egoisitas tinggi yang tidak memperdulikan kanan-kirinya (sosial), keuntungan dan kepentingan pribadi menjadi pilihan yang nyaman dalam hidupnya.

Problem tersebut kian hari bisa kita rasakan dan akan terus berkembang manakala gaya hidup dan paradigma masyarakat tidak berubah. Tidak berubah ke arah manusia yang inklusif bukan eksklusif. Hadirnya sikap keagamaan akan menjadi “angin segar” bagi kondisi sosial masyarakat, yakni menghadirkan kembali nilai-nilai kepekaan sosial yang tertumpuk selama ini dengan egoisitas personal.

Agama sebagai pengikat antara hamba dengan Tuhan. Pengikat dimaksud ialah bentuk mendisiplinkan manusia dalam kehidupan agar benar-benar menjadi manusia seutuhnya sesuai tugas dan fungsinya. Tingkat keagamaan seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang bisa menentukan baik tidaknya sikap keagamaan seseorang. Sikap keagamaan seseorang dapat dilihat dari cara berbicara, berperilaku, bersikap, bersosial, dan berpikir

Religiusitas adalah satu sistem yang kompleks dari kepercayaan keyakinan dan sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dengan satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat ketuhanan. Religiusitas adalah suatu kesatuan



unsur-unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama (*being religious*), dan bukan sekadar mengaku mempunyai agama (*having religion*). Religiusitas meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, pengamalan ritual agama, pengalaman agama, perilaku (moralitas) agama, dan sikap sosial keagamaan. Dalam Islam, religiusitas pada garis besarnya tercermin dalam pengamalan akidah, syariah, dan akhlak, atau dengan ungkapan lain: iman, Islam, dan ihsan. Bila semua unsur itu telah dimiliki oleh seseorang, maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya (Fitriani, 2016).

Di dalam buku ilmu jiwa agama, Dradjat mengemukakan istilah kesadaran agama (*religious consciousness*) dan pengalaman agama (*religious experience*). Kesadaran agama merupakan segi agama yang terasa dalam pikiran dan dapat diuji melalui introspeksi, atau dapat dikatakan sebagai aspek mental dari aktivitas agama. Pengalaman agama adalah unsur perasaan dalam kesadaran agama, yaitu perasaan yang membawa kepada keyakinan yang dihasilkan oleh tindakan (Rahmat, 2005). Apapun istilah yang digunakan oleh para ahli untuk menyebut aspek religius di dalam diri manusia, menunjuk kepada suatu fakta bahwa kegiatan kegiatan religius itu memang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. didalamnya terdapat berbagai hal menyangkut moral atau akhlak, serta keimanan dan ketaqwaan seseorang (Spinks, 1963).

Religiusitas dianggap bersifat formal dan institusional karena merefleksikan komitmen terhadap keyakinan dan praktik-praktik

menurut tradisi (keagamaan) tertentu, sementara spiritualitas diasosiasikan dengan pengalaman personal dan bersifat fungsional, merefleksikan upaya individu untuk memperoleh tujuan dan makna hidup (Zinnbauer & Pargament, 2005). Aspek personal dari spiritualitas ini membuatnya lebih diterima dalam nuansa positif oleh masyarakat Barat yang mengagungkan kebebasan individu dalam membuat pilihan-pilihan hidup (Zinnbauer, Pargament, & Scott, 1999; Hill et.al., 2000; Zinnbauer & Pargament, 2005). Bila melihat definisi religiusitas, perbedaan pendekatan (epistemologi) yang digunakan membuat masing-masing ahli memiliki penekanan-penekanan tertentu dalam membuat definisi (Nelson, 2009; Zinnbauer & Pargament, 2005).

William James yang berpijak pada empiris misalnya, lebih menganggap penting efek agama atau pengalaman personal religius daripada keyakinan dan institusi agama (Ciarrocchi, Dy-Liacco & Deneke, 2008). James mendefinisikan religiusitas sebagai *“The feelings, acts, and experiences of individual men in their solitude, so far as they apprehend themselves to stand in relation to whatever they may consider the divine”* (Zinnbauer dan Pargament, 2005, p. 23). Sementara, pendukung pendekatan fungsional lebih menekankan pada fungsi agama bagi individu dalam menghadapi persoalan eksistensinya, seperti makna hidup, kematian ataupun penderitaan (Zinnbauer, Pargament, & Scott, 1999), sebagaimana definisi dari Batson, Schoenrade, and Ventis (Zinnbauer dan Pargament, 2005) bahwa agama merupakan *“Whatever we as*



individuals do to come to grips personally with the questions that confront us because we are aware that we and others like us are alive and that we will die”(p.23). Selain itu, pendukung pendekatan substantif lebih menekankan pada aspek keyakinan dan hubungan dengan Tuhan, karena bagi mereka substansi dari agama adalah Yang Maha Suci (*the sacred*) (Ciarrocchi, Dy-Liacco & Deneke, 2008; Zinnbauer & Pergament, 2005).

Perspektif substantif terlihat pada definisi agama yang menjadi dasar konsep religiusitas dari Argyle and Beit-Hallahmi (Zinnbauer dan Pargament, 2005, p.23) yaitu, agama adalah “*A system of beliefs in a divine or superhuman power, and practices of worship or other rituals directed towards such a power*”. Riset-riset religiusitas pendukung pkitangan substantif cenderung mengenai relasi, emosi, pikiran ataupun perilaku terhadap Tuhan Yang Maha Suci ini. Sementara itu, dalam memahami agama dan spiritualitas, Ckita dan Furman (2010) menyatakan adakalanya terdapat keterkaitan agama dengan spiritualitas. Mereka menyatakan bahwa agama (religi) adalah suatu pola nilai, keyakinan, simbol, perilaku dan pengalaman yang terinstitusi, yang diarahkan pada spiritualitas, diketahui bersama dalam masyarakat, dan diturunkan melalui tradisi. Spiritualitas didefinisikannya sebagai proses pencarian makna, tujuan, moralitas, kesejahteraan dalam hubungan dengan diri sendiri, orang lain, dan realitas yang hakiki (*ultimate reality*). Dengan demikian, orang mungkin saja mengekspresikan spiritualitasnya dalam *setting* religius (dalam hubungannya dengan

ultimate reality), ataupun non-religius (dalam hubungannya dengan diri sendiri, orang lain, bahkan alam semesta).

Elkins dkk (1988) berpendapat bahwa spiritualitas semestinya terbebas dari batasan aturan formal serta ritual ibadah seperti yang ada dalam religiusitas. Mereka menyepakati pendapat Maslow (1970) bahwa sejatinya spiritualitas adalah sifat alamiah manusia bahkan meskipun mereka mengaku tidak beragama atau tidak mengikuti jenis agama tertentu. Elkins dkk (1988) menyebutkan bahwa spiritualitas berasal dari bahasa Latin *spiritus*, yang berarti “nafas kehidupan”. Dalam definisinya, spiritualitas adalah suatu cara untuk menjadi (*being*) dan mengalami (*experiencing*) yang muncul karena adanya kesadaran mengenai dimensi transenden dan dicirikan oleh nilai-nilai tertentu yang tampak baik dalam diri sendiri, orang lain, alam, kehidupan, dan apapun yang dianggap sebagai ‘Yang Hakiki’ (the Ultimate). Spiritualitas membuat seseorang merasakan kerinduan dan dorongan kuat untuk memahami berbagai hal dalam hidup, bisa berkenaan dengan agama ataupun yang lainnya (Ellen, dalam Ivztan, Chan, Gardner & Prashar, 2011).

Di dalam kajian, Davis, Kerr, dan Robinson Kurpius (2003) mencoba memahami realita religiusitas dan spiritualitas dengan menganalisa sejumlah hasil kajian. Dari temuannya mereka menyimpulkan bahwa religiusitas dan spiritualitas dapat saja dipisahkan secara konseptual karena religiusitas memiliki struktur teologi dan formalitas yang tidak dimiliki oleh spiritualitas, tetapi



dalam realita kehidupan individu keduanya cenderung saling terkait.

Keterkaitan ini pula yang dilaporkan oleh beberapa peneliti (Marler dan Hadaway, 2002; Zinnbauer & Pargament, 2005; Zwingmann, Klein, & Bussing, 2011) bahwa umumnya subyek kajian menyatakan mereka adalah orang-orang yang religius dan sekaligus spiritual. Zinnbauer dkk (1997) juga memahami realita religiusitas dan spiritualitas pada individu dengan menggunakan *policy-capturing approach*, yaitu suatu metode analisis statistik untuk menangkap karakteristik pembuatan keputusan dan penilaian para subyeknya. Hasilnya adalah empat tkita (*cues*) spiritualitas yaitu: (1) proses spiritual dalam pencarian makna personal/eksistensial; (2) adanya pengalaman spiritual seperti perasaan dekat dengan Tuhan; (3) adanya rasa keterhubungan dengan alam semesta dan semua makhluk hidup di dalamnya; dan 4) perilaku-perilaku spiritual seperti meditasi atau yoga. *Cues* tersebut berbeda dengan religiusitas yang dihasilkan dari analisis yang sama, yaitu: (1) keterlibatan dalam organisasi atau lembaga keagamaan; (2) perilaku altruisme; (3) praktik religius secara pribadi seperti pemahaman kitab suci; dan (4) sejauh mana individu merasa mendapatkan dukungan atau kenyamanan dari keyakinan religius formalnya.

BAB IV

METODE KAJIAN



Buku monograf ini menggunakan metode kajian kuantitatif. Menurut Nenty (2009) bahwa Kajian kuantitatif berupaya untuk mengungkap kebenaran dan prinsip universal dalam bentuk hubungan antar variabel atau fenomena. Ciri dalam kajian kuantitatif yaitu teknik analisis datanya menggunakan teknik kuantitatif (statistika) secara objektif (Creswell, 2010). Sedangkan jenis kajian ini menggunakan metode *survey*. Menurut Sari et al., (2020) bahwa metode *survey* yakni sebuah merupakan suatu pemeriksaan atau kajian secara komprehensif dipkitang sebagai metode untuk menggambarkan secara kuantitatif aspek-aspek spesifik dari populasi tertentu sehingga pengumpulan datanya dilakukan kepada sekelompok orang yang hasilnya dapat digeneralisasi kembali ke dalam suatu populasi tertentu.

Subjek dalam kajian ini adalah mahasiswa Universitas Dinamika Surabaya 50 responden, dan mahasiswa Universitas Islam



Negeri Sunan Ampel Surabaya 50 responden. Instrumen yang digunakan dalam kajian ini adalah data survey. Adapun surveynya dalam bentuk kuisioner. Survey yang dibuat bertujuan untuk mengungkap minat baca siswa yang berpengaruh terhadap hasil belajar siswa jenis surveynya menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018) bahwa skala likert digunakan sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Adapun tabel skala likert disajikan di bawah ini.

Tabel 1. Skala Likert

Kriteria Penilaian	Skala Penilaian
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Cukup/Netral	2
Tidak Setuju	1
Sangat Tidak Setuju	0

Sementara untuk teknik analisis data pada kajian ini dilakukan dengan menghitung peolehan skor rata-rata hasil belajar siswa kemudian hasil perhitungan skor rata-rata di lakukan uji regresi yang selanjutnya dianalisis dan disimpulkan. Uraikan dengan jelas prosedur kajian yang dilakukan. Metode yang dipilih agar disesuaikan dengan jenis kajiannya. Sebagai contoh kajian

eksperimen, desain kajian, pengambilan populasi dan sampel serta prosedur pelaksanaan kajian.

Analisis Regresi merupakan metode yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y, serta menentukan seberapa signifikan pengaruh tersebut. Analisis regresi dapat digunakan untuk memprediksi nilai Y berdasarkan nilai X. Dalam kajian ini penulis akan menggunakan model Regresi Linier Sederhana dengan rumus :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

Dimana :

Y = variabel dependen, yaitu tingkat religiositas siswa.

X = variabel independen, yaitu penggunaan TikTok.

β_0 = merupakan konstanta, yaitu intercept model regresi.

β_1 = koefisien regresi, yang mengukur pengaruh penggunaan TikTok terhadap tingkat religiositas siswa.

ε = error atau kesalahan acak dalam model.

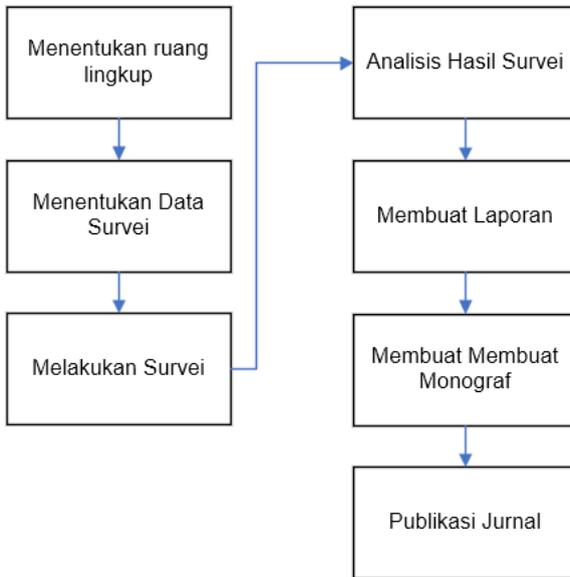
Kemudian hasilnya akan dilakukan analisis untuk menentukan sejauh mana penggunaan TikTok berkontribusi terhadap tingkat religiositas siswa. Langkah awal dalam analisis survei adalah menyiapkan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh responden atau hasil wawancara terstruktur. Setelah itu, dilakukan pembuatan kode data untuk mempermudah analisis data dengan memberikan nomor atau simbol kepada data survei.



Selanjutnya, dilakukan penyusunan pertanyaan yang ingin dijawab melalui analisis data yang spesifik dan terkait dengan tujuan survei.

Selanjutnya, dilakukan perhitungan statistik deskriptif seperti mean, median, modus, frekuensi, dan persentase untuk menjelaskan karakteristik data dan memahami distribusi data, melihat nilai-nilai ekstrem, dan mengetahui tendensi sentral. Korelasi juga digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel dalam analisis survei, terutama untuk menentukan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Untuk memvisualisasikan data, dapat dilakukan pembuatan grafik seperti diagram batang, diagram lingkaran, dan diagram garis untuk melihat pola dan tren data dengan lebih jelas. Terakhir, hasil analisis diinterpretasikan dan disimpulkan dengan spesifik dan terkait dengan tujuan survei untuk mendapatkan kesimpulan yang tepat.



Gambar 1: Metode Kajian Kuantitatif dengan Model Survei

BAB V

PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA TINGKAT RELIGIOSITAS MAHASISWA



Berdasarkan hasil survey pada mahasiswa (responden) maka ditemukan data statistic sebagai berikut:

Variabel Media (X1)

No	Pernyataan	Persentase					Rata-rata
		Tidak Setuju (1)	Kurang Setuju (2)	Cukup Setuju (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)	
1	Saya berhenti bermain tiktok saat terdengar adzan waktu sholat (X11)	1,6	4,1	24,4	22,8	47,2	4,1
2	Saya sering melihat video religi di tiktok (X12)	,8	4,9	38,2	31,7	24,4	3,7

No	Pernyataan	Persentase					Rata-rata
		Tidak Setuju (1)	Kurang Setuju (2)	Cukup Setuju (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)	
3	Saya tetap mengerjakan pekerjaan rumah (mencuci, menyapu, membersihkan rumah) meskipun sering bermain tiktok (X13)	,8	4,1	22,0	34,1	39,0	4,1
Rata-rata							4,0

Variabel Manfaat (X2)

No	Pernyataan	Persentase					Rata-rata
		Tidak Setuju (1)	Kurang Setuju (2)	Cukup Setuju (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)	
1	Tayangan yang ada di tiktok membantu saya mengenal Islam (X21)	6,5	7,3	28,5	28,5	29,3	3,667
2	Tayangan di tiktok menjadikan saya lebih menghargai sesama (X22)	6,5	7,3	28,5	28,5	29,3	3,926
3	Video religi membantu saya untuk bersikap toleransi kepada sesama (X23)		1,6	17,1	36,6	44,7	4,244

No	Pernyataan	Persentase					Rata-rata
		Tidak Setuju (1)	Kurang Setuju (2)	Cukup Setuju (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)	
4	Tayangan video di tiktok membantu saya bersikap empati kepada sesama. (X24)	,8	2,4	22,0	40,7	34,1	4,049
5	Video religi di tiktok membantu saya menjaga diri dari hal negatif (X25)	2,4	8,1	25,2	32,5	31,7	
Rata-rata							3,9

Variabel Sikap Religiositas (Y)

No	Pernyataan	Persentase					Rata-rata
		Tidak Setuju (1)	Kurang Setuju (2)	Cukup Setuju (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)	
1	Saya menghindari tayangan di tiktok yang bersifat negatif (Y1)	2,4	3,3	19,5	21,1	53,7	4,203
2	Saya selama ini selalu menjalankan ibadah shalat (Y2)		,8	13,0	22,8	63,4	4,488
3	Saya selama ini sudah bersikap toleransi kepada sesama (Y3)	,8		11,4	39,8	48,0	4,341

No	Pernyataan	Persentase					Rata-rata
		Tidak Setuju (1)	Kurang Setuju (2)	Cukup Setuju (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)	
4	Saya selama ini sudah membantu teman saya yang kesusahan (Y4)		,8	17,1	45,5	36,6	4,179
5	Saya selama ini sudah menghindari perbuatan negatif (Y5)	,8	3,3	26,0	38,2	31,7	3,967
Rata-rata							4,2

Linieritas adalah bentuk hubungan antara variabel X dan variabel Y adalah linier. Jika nilai signifikansi F pada tabel Anova lebih besar dari $\alpha = 5\%$ maka hubungan antara variabel X dengan variabel Y adalah linier. Berdasarkan tabel Anova di atas diperoleh nilai signifikansi F Untuk Y*X1 pada Deviation from linierity untuk tabel Anova 0,000 kurang dari $\alpha = 5\%$ artinya model tidak linier

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *Between (Combined)	420.088	15	28.006	4.742	.000
X2 Groups Linearity	242.093	1	242.093	40.989	.000

Deviation from Linearity	177.995	14	12.714	2.153	.014
Within Groups	631.977	107	5.906		
Total	1052.065	122			

Berdasarkan tabel Anova di atas diperoleh nilai signifikansi F Untuk $Y \times X_2$ pada Deviation from linierity untuk tabel Anova 0,014 kurang dari $\alpha = 5\%$ artinya model tidak linier. Solusi untuk model tidak linier adalah menggunakan uji korelasi Kendall's Tau yang merupakan bagian dari statistik non parametrik. Oleh karena itu tidak ada asumsi yang mengharuskan bahwa data kajian harus berdistribusi normal dan hubungan yang terbentuk antar variabel harus linier.

Untuk menganalisis keeratan hubungan antar variabel, maka harus diketahui terlebih dahulu kriteria tingkat keeratan hubungan pada analisis korelasi. Menurut Jonathan Sarwono (2015:93) kriteria tingkat keeratan (koefisien korelasi) antar variabel dalam analisis korelasi sebagai berikut:

1. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,00 – 0,25 artinya hubungan sangat lemah
2. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,26 – 0,50 artinya hubungan cukup
3. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,51 – 0,75 artinya hubungan kuat

4. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,76 – 0,99 artinya hubungan sangat kuat
5. Nilai koefisien korelasi sebesar 1,00 artinya hubungan sempurna

Uji korelasi Kendall's Tau untuk variabel X1 dengan variabel Y.

Correlations

		X1	Y	
Kendall's tau_b	X1	Correlation Coefficient	1.000	.409**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	123	123
		Correlation Coefficient	.409**	1.000
	Y	Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	123	123

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas nilai korelasi antara X1 dan Y sebesar 0,409 artinya hubungannya cukup. TikTok secara fakta dan data kajian yang ada merupakan sebagai wadah untuk menampung segala kreasi dan inovasi generasi muda khususnya. TikTok dalam temuan ilmiah ia dapat menjadi media sosial yang produktif terbukti banyak

generasi muda yang menularkan bakat positifnya di TikTok, sehingga mendapat banyak perhatian, dukungan bahkan apresiasi oleh netizen atau pengguna TikTok lainnya. Artinya, disini TikTok mampu memberikan dampak positif atas kehadirannya di era digital, sehingga mampu dimanfaatkan oleh anak-anak muda dalam berkreasi.

Sebagai media sosial yang inovatif tentu TikTok memberikan energi positif dalam mengembangkan karya dan inovasi generasi muda. Hal ini sebagaimana hasil kajian Yovita, et.al,(2022) yang menjelaskan bahwa TikTok sebagai media sosial yang mampu menghadirkan inovasi bagi peserta didik dan pemanfaatan yang positif, sehingga memiliki dampak yang baik untuk perkembangan, kreativitas bahkan afektif mereka. Diperkuat oleh studi Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020) yang menyimpulkan bahwa media sosial TikTok dapat dimanfaatkan ke arah edukasi dan aktivitas yang produktif, peserta didik diarahkan untuk bisa belajar dengan memanfaatkan media sosial termasuk TikTok, atau mereka bisa memberikan informasi pengetahuan tentang pelajaran yang didapat di TikTok.

Penjelasan di atas memberikan penguatan bahwa TikTok mempunyai pengaruh positif dengan dimanfaatkan ke arah inovatif. Hal tersebut memberikan penegasan bahwa media sosial TikTok bersifat fleksibel yakni tergantung cara memanfaatkannya. Oleh sebab itu, TikTok bisa menjadi media edukatif untuk melahirkan inovasi-inovasi yang positif. Ketika generasi muda bisa melakukan

inovasi positif dan berdampak baik terhadap kehidupan sosial maka ini menjadi bagian dari semangat beragama yakni menyebarkan kebaikan dan kemaslahatan secara universal (Azizah, dkk, 2023).

Keempat indikator sikap religiusitas (taat agama, toleransi, empati dan wara’) dengan tiktok sebagai media dan sumber manfaat maka hasil temuannya responden menjawab bahwa media tiktok memberikan manfaat sebagai media dalam menyuguhkan tayangan religi yang turut membentuk karakter mereka, sisi lain mereka bisa mengontrol diri untuk tetap bersosial, berbuat baik bahkan beridlah di tengah bermain TikTok. Hal ini dikarenakan faktor beragama, karena agama sebagai pengikat antara hamba dengan Tuhan. Pengikat dimaksud ialah bentuk mendisiplinkan manusia dalam kehidupan agar benar-benar menjadi manusia seutuhnya sesuai tugas dan fungsinya. Tingkat keagamaan seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang bisa menentukan baik tidaknya sikap keagamaan seseorang. Sikap keagamaan seseorang dapat dilihat dari cara berbicara, berperilaku, bersikap, bersosial, dan berpikir (Ahmad, 2020).

Religiusitas sebagai satu sistem yang kompleks dari kepercayaan keyakinan dan sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dengan satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat ketuhanan. Religiusitas adalah suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama (*being religious*), dan bukan sekadar mengaku mempunyai agama (*having religion*). Religiusitas meliputi



pengetahuan agama, keyakinan agama, pengamalan ritual agama, pengalaman agama, perilaku (moralitas) agama, dan sikap sosial keagamaan. Dalam Islam, religiusitas pada garis besarnya tercermin dalam pengamalan akidah, syariah, dan akhlak, atau dengan ungkapan lain: iman, Islam, dan ihsan. Bila semua unsur itu telah dimiliki oleh seseorang, maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya (Fitriani, 2016).

Di dalam buku ilmu jiwa agama, Dradjat mengemukakan istilah kesadaran agama (*religious consciousness*) dan pengalaman agama (*religious experience*). Kesadaran agama merupakan segi agama yang terasa dalam pikiran dan dapat diuji melalui introspeksi, atau dapat dikatakan sebagai aspek mental dari aktivitas agama. Pengalaman agama adalah unsur perasaan dalam kesadaran agama, yaitu perasaan yang membawa kepada keyakinan yang dihasilkan oleh tindakan (Rahmat, 2005). Apapun istilah yang digunakan oleh para ahli untuk menyebut aspek religius di dalam diri manusia, menunjuk kepada suatu fakta bahwa kegiatan kegiatan religius itu memang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. didalamnya terdapat berbagai hal menyangkut moral atau akhlak, serta keimanan dan ketaqwaan seseorang (Spinks, 1963).

Oleh sebab itu, deskripsi temuan data di atas menjadi dasar bahwa peran media sosial TikTok mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap pola pembentukan karakter keagamaan mahasiswa, sehingga TikTok tidak hanya sebagai media hiburan semata, namun juga media edukasi dan nasehat moral manusia.

Dengan demikian, kesimpulan dari hasil kajian di atas ialah bahwa nilai korelasi antara X2 dan Y sebesar 0,387 artinya hubungannya cukup. Nilai cukup ini menjadi landasan bahwa media sosial TikTok memiliki pengaruh terhadap tingkat religiositas mahasiswa.



BAB VI

ANALISA KRITIS ATAS PENGARUH PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA TINGKAT RELIGIOSITAS MAHASISWA DI PERGURUAN TINGGI



Muhclish (2020) dalam kajiannya menyatakan bahwa konstruksi pemahaman Islam didasari pada paradigma yang terbuka dan jiwa yang moderat, sehingga bisa memahami dan mengamalkan konsep beragama secara bijak. Dikuatkan juga oleh Lyansari (2019) yang menjelaskan bahwa belajar Islam dengan bantuan teknologi sangat bagus demi mendukung gaya belajar yang kekinian dan juga mengerti berbagai dimensi tentang Islam sehingga bisa menjadi pribadi yang terbuka. Penjelasan di atas memberikan penegasan bahwa pembentukan sikap keagamaan sebagai usaha yang mulia dan akan menjadi pedoman untuk bisa melaksanakan kehidupan secara

benar dan bijak. Belajar Islam berbasis IT juga pernah dikaji oleh Wahyudi & Kurniasih (2021) ia memaparkan bahwa konsep Islam yang dipandu dengan IT memudahkan pemahaman pembaca atau pengiat Islam khususnya mereka yang baru belajar Islam. Hal senada juga disampaikan Muthoharoh (2020) bahwa media digital menjadi sarana memudahkan orang belajar termasuk mengenal ajaran Islam, namun muatan materinya harus dilkitasi dengan sumber rujukan yang benar agar tidak mengandung ideologi yang bertentangan dengan Islam.

Media sosial TikTok menjadi salah satu momentum untuk membuka ruang digital dalam belajar Islam. Fitur-fitur atau video-video tentang materi keagamaan harus banyak disediakan sebagai langkah edukasi religi kepada masyarakat khususnya anak-anak muda, bahwa *handphone android* atau *smart phone* tidak hanya digunakan untuk mengirim pesan, melihat media sosial atau memasang status dan lain sebagainya, tetapi bisa digunakan untuk mengakses berbagai sumber tentang keagamaan yang sangat bermanfaat untuk aspek spiritual, moral dan sosial mereka. Sehingga, kehidupan mereka tidak lepas dari nilai-nilai agama. Hal tersebut sebagaimana kajian Salamah, et.al (2020) bahwa membangun paradigma terbuka umat Islam memang lebih tepat dengan mengaplikasikan Islam berbasis terapan yakni dengan bantuan fitur-fitur maupun aplikasi teknologi. Upaya tersebut untuk membangun sebuah peradaban baru, artinya ini bisa disebut dengan gaya baru dalam dakwah Islam atau dalam bahasa lainnya “Moderasi



Dakwah”. (Sutrisno, 2020).

Hal ini didukung oleh kajian Wijaya & Apridiansyah (2020) menjelaskan bahwa pembelajaran agama Islam dengan game edukasi berbasis android dapat meningkatkan motivasi belajar siswa dengan mendesain media Pembelajaran berupa game edukasi berbasis android ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan minat belajar, meningkatkan daya konsentrasi anak, belajar sambil bermain yang akan disuguhkan dengan tampilan yang menarik akan dapat mempermudah siswa-siswa ini untuk mempelajarinya. Algoritma *fisher-yates shuffle* ini akan berperan dalam proses pengacakan soal, sehingga soal yang akan ditampilkan disetiap materinya berubah-ubah dengan begini siswa siswi dapat menambah materi belajarnya. Dalam kajian yang telah dilakukan, algoritma *fisher-yates shuffle* dapat diterapkan dengan baik dalam media pembelajaran berbasis android ini. Dengan hasil pengujian yang dilakukan dengan metode *skala likert*, untuk mengukur semua kajian atribut oleh pengguna.

Kajian lain Noviansyah (2020) juga memaparkan bahwa aplikasi yang dikembangkan untuk membantu dalam membaca doa harian, surat hafalan dan pengurusan jenazah yang benar dalam Agama Islam, agar Umat Islam tidak melupakan kewajibannya sebagai umat Muslim, khususnya bagi seorang yang baru memeluk Agama Islam (Muallaf). Aplikasi ini berisi kumpulan doa dan zikir yang benar dalam Agama Islam, dalam aplikasi ini juga terdapat suara di setiap ayat surat hafalan untuk membantu pengguna agar

mudah memahami surat hafalan. Aplikasi ini dapat berjalan didalam sistem operasi android.

Oleh sebab itu, adanya media sosial TikTok menjadi sumber kekuatan dalam memberikan berbagai informasi tentang apapun dan oleh siapapun, sehingga memiliki pengaruh terhadap stabilitas kehidupan, sikap sampai paradigma pengguna atau penikmat TikTok tersebut. Hal tersebut diperlukan sikap bijak dan pemahaman keagamaan yang bagus agar bisa memanfaatkan media sosial TikTok dengan baik dan tidak mudah terpengaruh oleh hawa negatif dari media tersebut. Media sosial termasuk TikTok bisa menjadi ajang untuk menyebarkan nilai-nilai moral. Mengingat, dakwah sekarang lebih mudah tersebar apabila dishare di media sosial, sehingga ini menjadi jalan tengah untuk membendung siaran atau tampilan-tampilan yang kurang etis di media sosial. Paling tidak, dengan dakwah di media sosial masyarakat diingatkan akan agama, sehingga tidak terjerumus atau tidak mudah terpengaruh oleh tayangan; siaran; video pendek yang kurang etis yang tersebar di media sosial (baca; TikTok).

Hal tersebut sebagaimana kajian Rkitani, dkk (2021), ia menyatakan bahwa TikTok bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah ke generasi milenial. Kajian Hikmawati, & Farida (2021) juga menyatakan bahwa TikTok menjadi media strategis dalam mendakwahkan nilai-nilai agama. Hal ini juga didukung dari kajian Palupi (2021) bahwa aplikasi TikTok menjadi media untuk berdakwah dengan gaya baru, sehingga mudah diterima oleh remaja.



Kajian Pratiwi (2021) juga menyatakan bahwa sangat tepat TikTok yang saat ini menjadi media sosial yang banyak diminati untuk memberikan edukasi dakwah yang humanis dan moderat.

Dalam konteks pembahasan hasil kajian ini sebagaimana rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya, maka secara detail bisa dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Penggunaan TikTok bagi Religiositas Mahasiswa?

Religiusitas dianggap bersifat formal dan institusional karena merefleksikan komitmen terhadap keyakinan dan praktik-praktik menurut tradisi (keagamaan) tertentu, sementara spiritualitas diasosiasikan dengan pengalaman personal dan bersifat fungsional, merefleksikan upaya individu untuk memperoleh tujuan dan makna hidup (Zinnbauer & Pargament, 2005). Aspek personal dari spiritualitas ini membuatnya lebih diterima dalam nuansa positif oleh masyarakat Barat yang mengagungkan kebebasan individu dalam membuat pilihan-pilihan hidup (Zinnbauer, Pargament, & Scott, 1999; Hill et.al., 2000; Zinnbauer & Pargament, 2005). Bila melihat definisi religiusitas, perbedaan pendekatan (epistemologi) yang digunakan membuat masing-masing ahli memiliki penekanan-penekanan tertentu dalam membuat definisi (Nelson, 2009; Zinnbauer & Pargament, 2005).

William James yang berpijak pada empiris misalnya, lebih menganggap penting efek agama atau pengalaman personal religius daripada keyakinan dan institusi agama (Ciarrocchi, Dy-Liacco &

Deneke, 2008). James mendefinisikan religiusitas sebagai *“The feelings, acts, and experiences of individual men in their solitude, so far as they apprehend themselves to stand in relation to whatever they may consider the divine”* (Zinnbauer dan Pargament, 2005, p. 23). Sementara, pendukung pendekatan fungsional lebih menekankan pada fungsi agama bagi individu dalam menghadapi persoalan eksistensinya, seperti makna hidup, kematian ataupun penderitaan (Zinnbauer, Pargament, & Scott, 1999), sebagaimana definisi dari Batson, Schoenrade, and Ventis (Zinnbauer dan Pargament, 2005) bahwa agama merupakan *“Whatever we as individuals do to come to grips personally with the questions that confront us because we are aware that we and others like us are alive and that we will die”*(p.23). Selain itu, pendukung pendekatan substantif lebih menekankan pada aspek keyakinan dan hubungan dengan Tuhan, karena bagi mereka substansi dari agama adalah Yang Maha Suci (*the sacred*) (Ciarrocchi, Dy-Liacco & Deneke, 2008; Zinnbauer & Pergament, 2005).

Pengaruh media sosial TikTok pada tingkat religiositas mahasiswa dapat memberikan penekanan terhadap isu-isu radikal, fanatisme agama yang berlebihan dan intoleran yang tidak sesuai dengan ajaran Islam sesungguhnya, ditambah dengan konten-konten dakwah di TikTok yang moderat seperti dakwahnya Gus Iqdam, Gus Kautsar, dan Neng Umi Laila yang akhir-akhir ini banyak menghiasi di layer TikTok. Hal tersebut sebagai penguat dalam pemahaman tentang makna religiositas yang memang tidak hanya urusan



ruhaniah namun juga *ijtimaiyah* (sosial). Pola pendekatan dakwah yang digunakan lebih mendekati pada sisi humanisme yang dalam konteks ini dapat dengan mudah mendapat antusiasme dan empati dari berbagai kalangan, khususnya kaum muda (Yusuf, 2022). Dakwah yang berapi-api dengan dibumbui tentang azab, hukuman, gelar negatif (kafir, murtad, musyrik, fasik dan sebagainya) ditambah dengan kalimat-kalimat yang mengandung ujaran kebencian dapat mempengaruhi ketertarikan dengan dunia Islam, dan juga dapat mendidik perasaan masyarakat menjadi umat yang eksklusif, tekstualis dan mudah menilai kelompok atau personal lain yang tidak sepemahaman dengannya (Tamam, 2021).

Hal tersebut dapat membuka jalan untuk tumbuhnya perpecahan dan permusuhan di internal Islam sendiri. Sisi lain memang di dalam Islam terdapat banyak kelompok; madzhab atau ormas Islam dengan berbagai ideologi, namun ideologi yang tidak sesuai dengan khas Nusantara sebaiknya diredam; dihentikan agar tidak menimbulkan persoalan baru. Oleh sebab itu, gaya model dakwah di media sosial harus diperbanyak dengan menggunakan dakwah ala *Ahlussunnah* yang mencerminkan kemoderatan, keseimbangan, keadilan dan kemanusiaan (Lutfi, 2016; Adli, 2020).

Analisa di atas tidak lepas dari gaya hidup atau model kehidupan masyarakat khususnya kalangan remaja yang menjadikan teknologi sebagai sumber kebutuhannya sehari-hari. Ketika teknologi (melalui penggunaan *handphone*) menjadi kebutuhan maka ia menjadi jalan (media) untuk menyebarkan segala informasi

atau tempat membuat informasi dengan penyebaran yang begitu cepat. Hal ini sesuai kajian Musdalifah & Nikmah (2022) bahwa media sosial digital menjadi jembatan untuk memberikan kemudahan akses informasi termasuk pengetahuan keIslaman yang dapat berdampak pada kerinduan kalangan muda akan ajaran agama, semangat untuk terus belajar Islam, gairah untuk mengikuti kajian-kajian Islam dan lain sebagainya, mengingat kehidupan kalangan muda akan terasa kering jika mereka jauh dari nilai-nilai agama. Media TikTok sebagai wadah penyebar konten-konten religi dapat menjadi solusi untuk mengatasi kekeringan spiritual tersebut.

Kekeringan spiritual terjadi akibat gaya hidup, arus globalisasi, dan budaya luar yang dikonsumsi tanpa filter ilmu agama, sehingga memberikan dampak kurang baik pada kualitas jiwa manusia. Agama sering kali dijadikan sebagai keyakinan yang minim praktik, ia sebatas keyakinan semata yang tidak diteruskan kepada penguatan dan pembentukan kesalehan, akhirnya budaya luar atau pengaruh negatif bisa dengan mudah masuk. Oleh sebab itu, dimensi agama yang dibalut dengan dakwah-dakwah yang mulia di media sosial menjadi salah satu alternatif dalam mengobati kegelisahan, kegundahan, dan kehampaan jiwa (Lestari, 2019).

Pemanfaatan media sosial TikTok dalam kehidupan generasi muda tentu memiliki dampak terhadap kehidupan mereka. Dalam konteks tayangan religi di TikTok secara fakta dan data memiliki pengaruh positif terhadap pembentukan sikap keagamaan mahasiswa. Hal tersebut sesuai studi yang dilakukan oleh Mardhani,



et.al, (2021), bahwa banyak di antara mahasiswa yang lebih menggunakan media sosial TikTok untuk mencari konten positif sebagai bahan inspirasi dan motivasi hidup mereka, alasan mereka karena di TikTok tidak hanya informasi tentang kehidupan, agama, juga semangat hidup, nasehat dan pengetahuan umum serta bisnis yang menambah gairah untuk menuju kesuksesan. Penjelasan di atas menjadi sumber pembentukan sikap optimis dan semangat kerja keras (usaha; ikhtiar) yang dalam konteks agama kedua sikap tersebut sangat dianjurkan dan bagian dari perintah agama untuk membentuk umat yang maju dan produktif. Analisa ini diperkuat oleh kajian Rohmah, et.al, (2022) yang menyatakan bahwa dalam pemanfaatan aplikasi TikTok di kalangan mahasiswa memberikan pengaruh positif di samping negatif. Daya manfaat (positif) yang didapat oleh mahasiswa ialah mereka bisa menyaksikan konten-konten yang edukatif, religi dan inspiratif yang mampu membangkitkan semangat mereka, meskipun kadang-kadang menemui konten yang kurang etis. Hal tersebut sebagai konsekuensi logis dari kemajuan teknologi dan penggunaannya yang tidak lepas dari pengaruh atau dampak positif maupun negatif.

Dampak Penggunaan Tiktok bagi Pembentukan Religiositas Mahasiswa?

Perspektif substantif terlihat pada definisi agama yang menjadi dasar konsep religiusitas dari Argyle and Beit-Hallahmi (Zinnbauer dan Pargament, 2005, p.23) yaitu, agama adalah “A

system of beliefs in a divine or superhuman power, and practices of worship or other rituals directed towards such a power". Riset-riset religiusitas pendukung pkitangan substantif cenderung mengenai relasi, emosi, pikiran ataupun perilaku terhadap Tuhan Yang Maha Suci ini. Sementara itu, dalam memahami agama dan spiritualitas, Ckita dan Furman (2010) menyatakan adakalanya terdapat keterkaitan agama dengan spiritualitas. Mereka menyatakan bahwa agama (religi) adalah suatu pola nilai, keyakinan, simbol, perilaku dan pengalaman yang terinstitusi, yang diarahkan pada spiritualitas, diketahui bersama dalam masyarakat, dan diturunkan melalui tradisi. Spiritualitas didefinisikannya sebagai proses pencarian makna, tujuan, moralitas, kesejahteraan dalam hubungan dengan diri sendiri, orang lain, dan realitas yang hakiki (*ultimate reality*). Dengan demikian, orang mungkin saja mengekspresikan spiritualitasnya dalam *setting* religius (dalam hubungannya dengan *ultimate reality*), ataupun non-religius (dalam hubungannya dengan diri sendiri, orang lain, bahkan alam semesta).

Elkins dkk (1988) berpendapat bahwa spiritualitas semestinya terbebas dari batasan aturan formal serta ritual ibadah seperti yang ada dalam religiusitas. Mereka menyepakati pendapat Maslow (1970) bahwa sejatinya spiritualitas adalah sifat alamiah manusia bahkan meskipun mereka mengaku tidak beragama atau tidak mengikuti jenis agama tertentu. Elkins dkk (1988) menyebutkan bahwa spiritualitas berasal dari bahasa Latin *spiritus*, yang berarti "nafas kehidupan". Dalam definisinya, spiritualitas adalah suatu cara



untuk menjadi (*being*) dan mengalami (*experiencing*) yang muncul karena adanya kesadaran mengenai dimensi transenden dan dicirikan oleh nilai-nilai tertentu yang tampak baik dalam diri sendiri, orang lain, alam, kehidupan, dan apapun yang dianggap sebagai ‘Yang Hakiki’ (the Ultimate). Spiritualitas membuat seseorang merasakan kerinduan dan dorongan kuat untuk memahami berbagai hal dalam hidup, bisa berkenaan dengan agama ataupun yang lainnya (Ellen, dalam Ivztan, Chan, Gardner & Prashar, 2011).

Di dalam kajian, Davis, Kerr, dan Robinson Kurpius (2003) mencoba memahami realita religiusitas dan spiritualitas dengan menganalisa sejumlah hasil kajian. Dari temuannya mereka menyimpulkan bahwa religiusitas dan spiritualitas dapat saja dipisahkan secara konseptual karena religiusitas memiliki struktur teologi dan formalitas yang tidak dimiliki oleh spiritualitas, tetapi dalam realita kehidupan individu keduanya cenderung saling terkait.

Keterkaitan ini pula yang dilaporkan oleh beberapa peneliti (Marler dan Hadaway, 2002; Zinnbauer & Pargament, 2005; Zwingmann, Klein, & Bussing, 2011) bahwa umumnya subyek kajian menyatakan mereka adalah orang-orang yang religius dan sekaligus spiritual. Zinnbauer dkk (1997) juga memahami realita religiusitas dan spiritualitas pada individu dengan menggunakan *policy-capturing approach*, yaitu suatu metode analisis statistik untuk menangkap karakteristik pembuatan keputusan dan penilaian para subyeknya. Hasilnya adalah empat tkita (*cues*) spiritualitas

yaitu: (1) proses spiritual dalam pencarian makna personal/eksistensial; (2) adanya pengalaman spiritual seperti perasaan dekat dengan Tuhan; (3) adanya rasa keterhubungan dengan alam semesta dan semua makhluk hidup di dalamnya; dan 4) perilaku-perilaku spiritual seperti meditasi atau yoga. *Cues* tersebut berbeda dengan religiusitas yang dihasilkan dari analisis yang sama, yaitu: (1) keterlibatan dalam organisasi atau lembaga keagamaan; (2) perilaku altruisme; (3) praktik religius secara pribadi seperti pemahaman kitab suci; dan (4) sejauh mana individu merasa mendapatkan dukungan atau kenyamanan dari keyakinan religius formalnya.

Analisa di atas sebagai respon dari dampak positif media sosial yang merujuk pada memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif dari media sosial adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain.

Media sosial sebagai sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh



dunia. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif dari media sosial adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain. Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat.

Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial positif seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sedangkan perubahan sosial yang cenderung negatif seperti munculnya kelompok – kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma – norma yang ada.

Dampak positif dari media sosial adalah: (a) Memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang Dengan media sosial, kita dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja termasuk artis favorit kita yang juga menggunakan media sosial terkenal seperti TikTok, Facebook dan Twitter. (b) Memperluas pergaulan Media sosial membuat kita bisa memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas.

Tentu saja hal ini berdampak positif bagi orang yang ingin mendapatkan teman atau pasangan hidup dari tempat yang jauh atau negara asing. (c). Jarak dan waktu bukan lagi masalah Di era media sosial seperti sekarang ini, hubungan jarak jauh bukan lagi halangan besar karena kita tetap dapat berinteraksi dengan orang lain kapan saja walaupun dipisahkan oleh jarak yang cukup jauh. (d). Lebih mudah dalam mengekspresikan diri Media sosial memberikan sarana baru bagi manusia dalam mengekspresikan diri. Orang biasa, orang pemalu, atau orang yang selalu gugup mengungkapkan pendapat di depan umum akhirnya mampu menyuarakan diri mereka secara bebas. (e). Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat Dengan media sosial, siapapun dapat menyebarkan informasi baru kapan saja, sehingga orang lain juga dapat memperoleh informasi yang tersebar di media sosial kapan saja. Biaya lebih murah Bila dibandingkan dengan media lainnya, maka media sosial memerlukan biaya yang lebih murah karena kita hanya perlu membayar biaya internet untuk dapat mengakses media sosial.



Dampak negatif dari media sosial adalah: (a) Menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya. Orang yang terjebak dalam media sosial memiliki kelemahan besar yaitu berisiko mengabaikan orang-orang di kehidupannya sehari-sehari. (b) Interaksi secara tatap muka cenderung menurun Karena mudahnya berinteraksi melalui media sosial, maka seseorang akan semakin malas untuk bertemu secara langsung dengan orang lain. (c) Membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet Dengan kepraktisan dan kemudahan menggunakan media sosial, maka orang-orang akan semakin tergantung pada media sosial, dan pada akhirnya akan menjadi kecanduan terhadap internet. (d) Rentan terhadap pengaruh buruk orang lain Seperti di kehidupan sehari-hari, jika kita tidak menyeleksi orang-orang yang berada dalam lingkaran sosial kita, maka kita akan lebih rentan terhadap pengaruh buruk. (e) Masalah privasi Dengan media sosial, apapun yang kita unggah bisa dengan mudah dilihat oleh orang lain. Hal ini tentu saja dapat membocorkan masalah-masalah pribadi kita. Oleh karena itu, sebaiknya tidak mengunggah hal-hal yang bersifat privasi ke dalam media sosial. (f) Menimbulkan konflik Dengan media sosial siapapun bebas mengeluarkan pendapat, opini, ide gagasan dan yang lainnya, akan tetapi kebebasan yang berlebihan tanpa ada kontrol sering menimbulkan potensi konflik yang akhirnya berujung pada sebuah perpecahan.

Kemudian, bagaimana hubungan media sosial dan perubahan sosial, dengan hadirnya media sosial sebagai teknologi baru, tentu

saja cara hidup manusia juga akan mengalami perubahan. Beberapa perubahan adalah semakin efektif dan efisiennya manusia dalam memperoleh informasi tidak terhalang waktu, tempat dan biaya yang tidak terlalu mahal. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan- perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

Masyarakat dapat berkomunikasi langsung dengan presiden melalui media sosial guna menyampaikan saran kritik dan ide yang membangun. Jika dalam metode konvensional masyarakat harus menjadi wakil rakyat atau anggota DPR terlebih dahulu dan atau melakukan demonstrasi didepan istana kepresidanan guna menyampaikan aspirasi, sekarang cara tersebut cenderung ditinggalkan. Dari sisi ekonomi semakin tingginya minat masyarakat terhadap media sosial, tidak sedikit masyarakat kita memperoleh keuntungan dengan berbisnis melalui media sosial. Maka masyarakat akan semakin tergantung dengan media sosial, dan hal ini akan mempengaruhi kehidupan mereka sehari-hari. Mengakses media sosial setiap saat telah menjadi kebutuhan manusia yang baru untuk selalu meng- update informasi karena media sosial telah menjadi sumber informasi yang lebih aktual dibandingkan media lainnya.



Pengaruh negatif terhadap perubahan sosial masyarakat diantaranya: sering terjadi konflik antar kelompok – kelompok tertentu dengan berlatar belakang suku, ras maupun agama. Mengatasnamakan agama, kelompok tertentu memiliki pengikut dengan jumlah yang banyak pada media sosial cenderung memanfaatkan momen tertentu untuk menggerakkan massa dalam kegiatan tertentu.

Secara langsung media sosial berpengaruh terhadap terbentuknya kelompok – kelompok sosial tersebut dengan menanamkan prinsip, nilai dan akidah tertentu untuk menjadi perubah sistem. Bahkan dengan media sosial kelompok – kelompok tersebut dengan mudah mempengaruhi kondisi stabilitas sebuah negara. Ada pula berlatar belakang kesenjangan sosial yang sering mengundang komentar dan berujung konflik. Pola perilaku masyarakat yang menyimpang juga sering di *blow up* pada media sosial seperti grop atau komunitas penyuka sesama jenis seperti kaum *gay* dan lesbian. Jika dilihat dari sisi interaksi sosial pengaruh perubahan sosial di masyarakat terjadi karena semakin mudahnya manusia berinteraksi melalui media sosial, maka interaksi sosial di dunia nyata akan turut berkurang. Manusia tidak perlu lagi saling bertemu secara langsung untuk berkomunikasi, sehingga hal ini akan membentuk pola hidup masyarakat yang semakin tertutup.

Dalam konteks dakwah di TikTok yang menjadi tayangan religi tentu memberikan dampak baik secara langsung maupun tidak langsung kepada mahasiswa. Karena TikTok tidak hanya sebagai

media yang memang penting, namun yang tidak kalah penting adalah strategi yang digunakan oleh dai itu sendiri. Gus Iqdam, Gus Kautsar dan Neng Umi menunjukkan strategi dakwah yang relevan dengan karakteristik masyarakat milenial dengan pendekatan yang berbeda, namun dalam satu haluan yang sama, yaitu ahlussunnah (Khotimah & Amaluddin, 2022).

Gus Iqdam menekankan pendekatan humanis berbasis dialektika sebagai strategi dakwahnya. Gus Kautsar dengan humanisme ala pesantren, sedangkan Neng Umi Laila dengan pendekatan kultural; budaya Islam (nasyid), sehingga ketiganya memiliki jamaah yang luas yang dapat menjadi magnet sosial untuk menguatkan kebersamaan di tengah kemajuan yang ada baik di dalam Islam sendiri maupun antar agama (Setiawan & Hasanah, 2022). Dengan demikian, dapat mengikis fanatisme agama. Hal senada juga disampaikan oleh Gus Baha, Gus Miftah dan Gus Muwafiq yang dakwahnya kontekstual sehingga masyarakat mudah memahami dan menerima, ceramah mereka menjadi viral karena banyak yang mengunggah di media sosial seperti TikTok, Youtube dan sejenisnya (Muvid, 2023).

Implikasi model pendidikan dakwah moderat sebagaimana yang dilakukan oleh Gus Iqdam, Gus Kautsar dan Neng Umi Laili di atas memberikan wacana dan pola pikir baru bahwa Islam harus dipahami secara seimbang dengan pendekatan kontekstual dan cara-cara manusiawi menuju sebuah kemaslahatan secara universal. Model pendidikan dakwah yang demikian, dapat membantu



masyarakat dalam mengenal Islam secara komprehensif, dan bisa menerapkan ajaran Islam secara seimbang serta bisa memahami kehidupan secara inklusif dengan sikap toleransi, terbuka, kasih sayang, dan semangat menjaga persaudaraan lintas manusia. Implikasi dari model pendidikan dakwah moderat lebih kepada bagaimana masyarakat bisa bertindak secara seimbang, mempunyai paradigma yang humanis, dan karakter hidup yang inklusif yang terwujud ke dalam karakter yang mulia (Latuapo, R, 2023). Oleh sebab itu, yang dilakukan ketiga dai di atas selalu memberikan materi-materi dakwah yang kontekstual dan seimbang, sebagai upaya bahwa manusia mempunyai tanggungjawab sosial, selain spiritual dan moral dalam kehidupannya. Dengan demikian, masyarakat bisa terbebas dari belenggu fanatisme beragama dan paham radikal yang tidak ada untungnya dalam kehidupan berbangsa dan beragama.

Dampak penggunaan TikTok semakin kuat dengan semakin intensnya mahasiswa atau generasi muda dalam bermain *handphone* (*gadget*), hal ini sejalan dengan kajian Nuryatin & Mulyati (2021) yang menjelaskan bahwa generasi milenial banyak menghabiskan waktunya dengan bermain *gadget*, entah bermain medsos, atau chat, melihat Youtube atau bermain *game*. Tentu hal demikian, mengurangi aktivitas sosialnya, namun segala informasi yang *ter-update* mereka mengetahuinya terutama berita atau tayangan yang lagi viral. Kajian senada juga dilakukan Pertiwi (2022), yang memaparkan bahwa TikTok mempunyai pengaruh dominan atas

kehidupan remaja khususnya terkait gaya hidup dan perilaku. Hal ini diperkuat oleh Kurniawan, yang menyimpulkan bahwa TikTok sebagai media sosial yang lagi *trend* dan banyak digemari kaum muda, sehingga apapun yang ditayangkan akan segera atau dengan cepat ditiru (dicontoh) (2022).

Media sosial TikTok menempati posisi sebagai media yang paling mudah meng-*viralkan* suatu fenomena, berita atau tayangan, sehingga posisi demikian menjadikan TikTok rujukan atau konsumsi masyarakat terutama generasi muda. Dengan posisi demikian, maka TikTok menjadi media sosial yang terfavorit bagi kalangan muda. Eksistensinya memberikan panggung tersendiri bagi TikTok dalam memberikan fasilitas, layanan dan wadah untuk generasi muda berekspresi dan beraksi. Tidak salah jika TikTok menjadi media sosial alternatif dan interaktif.

Dalam kajian Rahardaya (2021), menyatakan bahwa TikTok mempunyai dampak yang signifikan terhadap perkembangan sikap dan gaya generasi muda, video yang viral di TikTok sering menjadi “teladan” yang bisa menambah informasi dan ilmu pengetahuan kepada netizen. TikTok menempati posisi penting sebagai media sosial yang memiliki pengaruh cepat. Pengaruh TikTok terhadap sikap keagamaan generasi sosial perlu dilacak kembali sebagai upaya memastikan ada kolerasi atau hubungan antara TikTok dan pembentukan sikap keagamaan generasi muda (Kurniawan, 2021). Hal tersebut menjadi temuan sekaligus fokus kajian ini untuk mengurai bagaimana dampak TikTok dalam pembentukan sikap



keagamaan generasi muda di tengah kecanggihan teknologi yang massif ditambah dengan gaya hidup era postmodern, dan memang hasilnya cukup signifikan.



BAB VII

MANFAAT MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MEMBENTUK RELIGIOSITAS GENERASI MUDA



Era digital menjadi era dimana perkembangan teknologi informasi menjadi sangat pesat yang tentu memberikan dampak baik positif maupun negatif terhadap mahasiswa dan juga masyarakat. Media sosial TikTok baru-baru ini menjadi media yang banyak diminati dari berbagai kalangan, fitur yang disajikan pendek, padat, jelas dan mudah ditonton serta dishare ke lini massa lainnya. Namun, ditengah penggunaannya tentu dapat mempengaruhi sisi spiritual, moral dan sosial. Mengingat, tak jarang juga terdapat video-video yang kurang etis, tentu hal ini sedikit banyak dapat mempengaruhi kualitas dan daya iman; keagamaan para anak muda. Penggunaan media sosial TikTok memiliki pengaruh yang cukup signifikan



terhadap peningkatan sikap religiusitas mahasiswa, yang terpecah ke dalam empat sikap (indikator) yakni taat ibadah, toleran, empati dan wara', karena media sosial TikTok dipakai dalam dua sisi yakni kebermanfaatan dan media. Pengaruh yang cukup signifikan tersebut membawa kepada kesadaran dalam beragama dan tanggungjawab sosial, tayangan religi di TikTok menjadi penguat dalam sikap keagamaan mereka di tambah dengan nasehat-nasehat yang menyentuh hati. Dengan demikian, efektivitas penggunaan TikTok berdampak positif terhadap pembentukan sikap keagamaan mahasiswa.

Pemanfaatan media sosial TikTok dalam kehidupan generasi muda tentu memiliki dampak terhadap kehidupan mereka. Dalam konteks tayangan religi di TikTok secara fakta dan data memiliki pengaruh positif terhadap pembentukan sikap keagamaan mahasiswa. Hal tersebut sesuai studi yang dilakukan oleh Mardhani, et.al (2021) bahwa banyak di antara mahasiswa yang lebih menggunakan media sosial TikTok untuk mencari konten positif sebagai bahan inspirasi dan motivasi hidup mereka, alasan mereka karena di TikTok tidak hanya informasi tentang kehidupan, agama, juga semangat hidup, nasehat dan pengetahuan umum serta bisnis yang menambah gairah untuk menuju kesuksesana.

Penjelasan di atas menjadi sumber pembentukan sikap optimis dan semangat kerja keras (usaha; ikhtiar) yang dalam konteks agama kedua sikap tersebut sangat dianjurkan dan bagian dari perintah agama untuk membentuk umat yang maju dan produktif. Analisa ini

diperkuat oleh kajian Rohmah, et.al (2022), yang menyatakan bahwa dalam pemanfaatan aplikasi TikTok di kalangan mahasiswa memberikan dampak positif di samping dampak negatif. Dampak positif yang didapat oleh mahasiswa ialah mereka bisa menyaksikan konten-konten yang edukatif, religi dan inspiratif yang mampu membangkitkan semangat mereka, meskipun kadang-kadang menemui konten yang kurang etis. Hal tersebut sebagai konsekuensi logis dari kemajuan teknologi dan penggunaannya yang tidak lepas dari pengaruh atau dampak positif maupun negatif.

Dalam konteks ini maka tidak bisa menjadi alasan untuk mengharamkan atau melarang penggunaan TikTok atau media TikTok-nya. Ia hanya sebagai wadah yang sifatnya “*open akses*” sebagai bentuk fleksibilitas media sosial (aplikasi), yang perlu ditekankan dan diperhatikan ialah aspek penggunaan dan penggunaannya. Itu sebabnya, TikTok sebagai wadah harus dimanfaatkan ke arah yang mulia oleh pengguna dan juga penggunaannya, sehingga visi untuk pembentukan sikap keagamaan bisa terwujud. TikTok memang memiliki dampak negatif dengan hadirnya konten-konten yang negatif, namun itu tidak menjadikan penghalang untuk media ini diarahkan kepada hal yang konstruktif, sebaliknya hal tersebut menjadi tantangan bagaimana konten-konten negatif ditutupi dengan banyaknya konten-konten positif (religi), atau menjadi tantangan tersendiri bagi generasi muda (mahasiswa) untuk membuktikan sikap keagamaannya dalam menghadapi konten-konten negatif di TikTok, apakah mereka mampu



menghindar (menjauhinya) atau mengabaikannya. Hal tersebut juga sangat dipengaruhi oleh kondisi batin (ruhani-spiritual) mereka (Serli, 2022).

Artinya, pembentukan sikap keagamaan (religiositas) diharapkan menjadi perisai mereka dalam menghadapi konten-konten negatif, dengan kuat meninggalkannya atau mengabaikannya dan istikamah dalam kebaikan. Kemudian, semangat menjadi *konten creator* yang menghiasi konten di TikTok dengan suguhan yang menarik, inspiratif, religius dan penuh makna sehingga secara tidak langsung konten-konten negatif dapat tereliminasi atau tertutupi oleh banyaknya konten yang positif. Dalam konteks tersebut menjadi penguat bahwa media sosial TikTok mampu memberikan pengaruh positif terhadap pembentukan sikap keagamaan mahasiswa (generasi milenial) (Rahmawati, 2022).

Hadirnya media sosial TikTok sangat memberikan dampak yang luar biasa dan diperlukan kajian yang mendalam tentangnya. Dalam konteks religiositas apakah TikTok memberikan pengaruh? pengaruh dalam dua arti yakni positif dan negatif. Artinya, penggunaan media sosial TikTok bagi mahasiswa apakah dapat mempengaruhi tingkat religiositas mahasiswa atau sebaliknya.

Beberapa kajian sebelumnya menjelaskan bahwa dalam penggunaan TikTok, siswa dapat terpapar pada berbagai tayangan video yang dapat memengaruhi pandangan mereka tentang keagamaan (Hidayati & Anggraini, 2022). Sari dkk, (2021) juga menjelaskan penggunaan media sosial dapat mempengaruhi perilaku

dan nilai-nilai remaja, termasuk religiositas. Siahaan, dkk (2022) menyimpulkan bahwa penggunaan TikTok dapat mempengaruhi karakter remaja. Kristiani & Putri (2022) menyimpulkan dalam kajiannya bahwa TikTok membentuk perilaku senang kepada penggunanya sehingga ia menjadi media sosial pilihan. Adawiyah (2020) mengkaji bahwa TikTok berpengaruh pada terhadap pembentukan sikap percaya diri siswa. Pratama & Muchlis (2020) dalam kajiannya memberikan informasi bahwa media TikTok memberikan dampak baik terhadap pembentukan pola komunikasi pelajar. Kajian lain yang dilakukan oleh Asdiniah & Lestari (2021) memberikan informasi atas kajiannya bahwa TikTok dapat mempengaruhi prestasi siswa.

Dari sini bisa terlihat bahwa peranan media sosial baik TikTok maupun Youtube atau sejenisnya memberikan dampak positif atau manfaat secara baik kepada pengguna khususnya remaja atau generasi muda, baik untuk belajar dalam kegiatan pembelajaran (Azizan, dkk, 2020; Muvid, 2023) maupun mencari informasi untuk tugas, belajar mandiri, atau mencari pengetahuan baru yang mendukung kompetensi akademik maupun non akademik mereka (Muvid, 2021).

Oleh sebab itu, hadirnya media sosial TikTok mampu memberikan variasi baru kepada masyarakat dalam mencari sumber belajar khususnya belajar agama, dan saling bertukar informasi melalui media sosial tersebut, sehingga secara tidak



langsung memberikan pengaruh positif terhadap sikap keagamaan mereka dalam kehidupan sehari-hari.



DAFTAR PUSTAKA



- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di kabupaten sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135-148
- Agis, D. P. (2021). *Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap perilaku keagamaan remaja islam di kelurahan waydadi baru kecamatan sukarama* (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Asdiniah, E. N. A., & Lestari, T. (2021). Pengaruh media sosial tiktok terhadap perkembangan prestasi belajar anak Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(1), 1675-1682.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiositas, kontrol diri dan kenakalan remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(02), 126-129.
- Azizah, Risky, Revina Sinta Ananda, and Andhita Risiko Faristiana. (2023). "Dampak Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja



- Perempuan." *Student Scientific Creativity Journal* 1.4 (2023): 399-414.
- Azizan, N., Lubis, M. A., & Muvid, M. B. (2020). Pemanfaatan Media Youtube Untuk Meningkatkan Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Akidah Akhlak. *Darul Ilmi: Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman*, 8(2), 195-212.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2019). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 7(2).
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199-208.
- Hidayati, E. W., & Anggraini, D. (2022). Dampak Penggunaan Media Sosial Tik-Tok Terhadap Perilaku Mahasiswa Program Studi Pai Sekolah Tinggi Agama Islam Daruttaqwa Gresik. *Attaqwa: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 18(2), 170-179.
- Hidayati, N. (2022). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Islamic Mobile Learning Terhadap Pengembangan Sikap Moderat Dalam*

Beragama Di Sekolah Menengah Pertama (Skripsi: IAIN KUDUS).

Hikmawati, S. A., & Farida, L. (2021). Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang. *AL-ITTISHOL: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1-11.

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>, diakses pada 08-Mei-2023.

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial, diakses pada 08-Mei-2023

<https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok>, diakses pada 08-Mei-2023.

<https://indihome.co.id/blog/10-manfaat-media-sosial-dalam-aktivitas-sehari-hari>, diakses pada 05-06-2023.

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html>, diakses pada 05-06-2023.

<https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>, diakses pada 08-Mei-2023

Khosyatillah, A. (2018). *Dampak media sosial terhadap perilaku keagamaan: studi kasus 7 mahasiswa jurusan studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya* (Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya).

Kristiani, N., & Putri, S. W. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness dan Playfulness terhadap Intention To Use Pengguna Aplikasi



- Tik Tok Di Masa Pandemi Covid 19. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 162-177.
- Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 604-624.
- Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa di Yogyakarta. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 627-647.
- Morrison, M. A. (2012). *Metode kajian survei*. Jakarta: Kencana.
- Muvid, M. B. (2023). Model Komunikasi Dakwah Berbasis Humanity di Era Digital: Upaya Transformasi Nilai-nilai Islam Rahmatan Lil Alamin. *Mediakita*, 7(1), 1-14.
- Muvid, M. B., Sahibuddin, M., Masiroh, S., & Isroiyah, I. (2023). TikTok as a Learning Media for Islamic Religious Education for the Millennial Generation (Case Study at Dinamika University, Surabaya). *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(04).
- Muvid, Muhamad Basyrul, Didiet Anindita Arnandy & Achmad Arrosyidi. (2021). *Monograf Membangun Sistem Informasi Belajar Islam Berbasis Web dengan Metode User Centered Design*. Surabaya: Global Aksara Pers.

- Nenty, H. J. (2009). Writing a Quantitative Research Thesis. *International Journal of Educational Sciences*, 1(1), 19– 32. <https://doi.org/10.1080/09751122.2009.11889972>
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1).
- Noviansyah, M. (2020). Rancang Bangun Aplikasi Belajar Agama Islam Berbasis Android. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 5(4), 78-90.
- Palupi, R., Istiqomah, U., Fravidha, F. V., Septiana, N. L., & Sarapil, A. M. (2021). Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(1), 89-104.
- Pratama, S., & Muchlis, M. (2020). Pengaruh aplikasi tik tok terhadap ekspresi komunikasi mahasiswa universitas islam negeri (uin) sunan ampel surabaya tahun 2020. *INCARE, International Journal of Educational Resources*, 1(2), 102-115
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., Ismail, I., & Tafsir, T. (2021). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok). *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1), 83-94.
- Putranto, R. D., & Harvelian, A. (2021). Study of Production Management of Non-Immoral Tiktok Content Based on the Electronic Information and Transaction Law (Article 27

- Paragraph (1) of Law Number 19 of 2016). *JUDICIOUS*, 2(2), 238-244.
- Qalban, A. A., Jauza, G. F., & Mukaromah, I. A. (2022). Literasi Digital Dan Gen-Z: Prototipe Konsep Literasi Moderat Sebagai Media Smart Dakwah. *Hujjah: Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(1), 22-29.
- Rahmawati, Endah. (2022). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Akun TikTok dengan Religiusitas Siswa MAN 02 Kota Bengkulu. (Skripsi: UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Rkitani, Y. N. F., Safrinal, S., Latuconsina, J. Z., & Purwanto, M. R. (2021). Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial. *At-thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 570-584.
- Rohmah, R. Y. N., Mardiana, V. I., Ilmi, N., Tazkhiyatun, N., & Prajati, R. W. D. N. (2022). Analisis Perilaku Keagamaan Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta Pengguna Aplikasi TikTok. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 6(1). 41-58.
- Salamah, N., Nugroho, M. A., & Nugroho, P. (2020). Upaya Menyemai Moderasi Beragama Mahasiswa IAIN Kudus Melalui Paradigma Ilmu Islam Terapan. *Quality*, 8(2), 269-290.
- SARI, D., Madyan, M., & Mahendra, A. (2021). *Penggunaan aplikasi tik tok sebagai ajang eksistensi diri (fenomenologi penggunaan tik tok pada mahasiswa UIN Shultan Thaha*

- Saifuddin Jambi*) (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Serli R, R. Serli. (2022). “Tik-Tok Dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus Perilaku Pengguna Tik-Tok Di Kota Palopo).” (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021). Lihat juga Hadiah, Nur. Peran Tiktok Sebagai Konten Islami Dalam Memberikan Pemahaman Keislaman Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 IAIN Parepare. (Skripsi: IAIN Parepare).
- Siahaan, C., Laia, A. P., & Adrian, D. (2022). Studi Literatur: Media Sosial “Tiktok” Dan Pembentukan Karakter Remaja. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(4), 4939-4950.
- Sugiyono. (2018). Metode Kajian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, T. (2017). Indonesianisasi Islam: Penguatan Islam Moderat dalam Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, 17(1), 155-178.
- Sutrisno, E. (2020). Moderasi Dakwah di Era Digital dalam Upaya Membangun Peradaban Baru. *Al-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam*, 1(1), 56-83.
- Wahyudi, D., & Kurniasih, N. (2021). Literasi Moderasi Beragama Sebagai Reaktualisasi “Jihad Milenial” ERA 4.0. *Moderatio: Jurnal Moderasi Beragama*, 1(1), 1-20.



- Wijaya, A., & Apridiansyah, Y. (2020). Penerapan Algoritma Fisher Yates Shuffle Pada Media Pembelajaran Mapel Agama Islam Berbasis Android. *Jurnal Informatika Upgris*, 6(1).
- Yovita, Y., & Purnamaningsih, I. R. (2022). Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Inovasi Pembelajaran Bahasa Inggris di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal PAJAR (Pendidikan dan Pengajaran)*, 6(3), 861-868.
- Yoyo Sudaryo, S. E., MM, A., Efi, N. A. S., R Adam Medidjati, S. E., & Hadiana, A. (2019). *Metode Kajian Survei Online dengan Google Forms*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

BIOGRAFI PENULIS



Dr. Muhamad Basyrul Muvid, S.Pd.I., M.Pd., lahir di Desa Murukan Mojoagung Jombang Jawa Timur pada 09 Oktober 1992. Berangkat dari bangku madrasah, ia meneruskan kuliah di UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2011 dengan mengambil jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI) di Fakultas Tarbiyah. Setelah lulus Strata Satu (S1), ia melanjutkan ke Strata Dua (S2) di kampus dan jurusan yang sama pada tahun 2016. Tahun 2023 ini ia baru saja menyangang gelar Doktor bidang Pendidikan Agama Islam di UIN Sunan Ampel Surabaya. Ia menjadi dosen tetap MKDU Agama Islam Universitas Dinamika Surabaya sejak



tahun 2019 sampai saat ini, ditambah sebagai dosen pengampu MKDU Pancasila.

Didiet Anindita Arnandy, M.Kom, lulus S1 Manajemen Informatika STIKOM Surabaya, dan lulus S2 dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Mengajar mata kuliah Kreativitas dan Inovasi, Analisis Sistem Informasi, Inovasi Sistem dan Teknologi Informasi, *User Interface*, Proyek Sistem Informasi, serta beberapa mata kuliah lainnya. Berstatus menjadi dosen tetap di Prodi DIII Sistem Informasi, Universitas Dinamika Surabaya.



Achmad Arrosyidi, S.Kom., M.Med.Kom, lulus S1 Teknik Komputer dari STIKOM Surabaya tahun 1998, dan lulus S2 Universitas Airlangga Surabaya tahun 2012. Pada tahun 2016 mendapatkan sertifikasi internasional dari Microsoft dengan gelar MTA. Mengajar mata kuliah Algoritma Pemrograman, Bahasa Pemrograman, Logika dan Desain Pemrograman, dan beberapa mata



kuliah lainnya. Berstatus menjadi dosen tetap di Prodi DIII Sistem Informasi, Universitas Dinamika Surabaya.





Kajian buku monograf ini berpusat pada sejauh mana pengaruh media sosial TikTok terhadap tingkat religiositas mahasiswa. Hal ini didasari oleh perkembangan era digital yang semakin canggih yang tentu memberikan dampak baik positif maupun negatif terhadap mahasiswa dan juga masyarakat. Media sosial TikTok baru-baru ini menjadi media yang banyak diminati dari berbagai kalangan, fitur yang disajikan pendek, padat, jelas dan mudah ditonton serta dishare ke lini massa lainnya. Namun, ditengah penggunaannya tentu dapat mempengaruhi sisi spiritual, moral dan sosial. Mengingat, tak jarang juga terdapat video-video yang kurang etis, tentu hal ini sedikit banyak dapat mempengaruhi kualitas dan daya iman; keagamaan para anak muda. Hal tersebut diharapkan memberikan manfaat tentang bagaimana caranya menggunakan sosial media dengan baik, dan bisa men-skip berita atau video yang tidak sejalan dengan titah agama.

BIOGRAFI PENULIS :



Dr. Muhamad Basyrul Muvid, S.Pd.I., M.Pd., lahir di Desa Murukan Mojoagung Jombang Jawa Timur pada 09 Oktober 1992. Berangkat dari bangku madrasah, ia meneruskan kuliah di UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2011 dengan mengambil jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI) di Fakultas Tarbiyah. Setelah lulus Strata Satu (S1), ia melanjutkan ke Strata Dua (S2) di kampus dan jurusan yang sama pada tahun 2016. Tahun 2023 ini ia baru saja menyangand gelar Doktor bidang Pendidikan Agama Islam di UIN Sunan Ampel Surabaya. Ia menjadi dosen tetap MKDU Agama Islam Universitas Dinamika Surabaya sejak tahun 2019 sampai saat ini, ditambah sebagai dosen pengampu MKDU Pancasila.

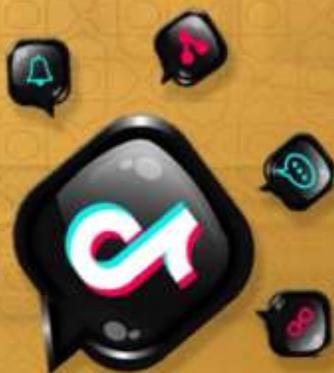


Didiet Anindita Arandy, M.Kom. lulus S1 Manajemen Informatika STIKOM Surabaya, dan lulus S2 dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Mengajar mata kuliah Kreativitas dan Inovasi, Analisis Sistem Informasi, Inovasi Sistem dan Teknologi Informasi, User Interface, Proyek Sistem Informasi, serta beberapa mata kuliah lainnya. Berstatus menjadi dosen tetap di Prodi DIII Sistem Informasi, Universitas Dinamika Surabaya.



Achmad Arrosyidi, S.Kom., M.Med.Kom. lulus S1 Teknik Komputer dari STIKOM Surabaya tahun 1998, dan lulus S2 Universitas Airlangga Surabaya tahun 2012. Pada tahun 2016 mendapatkan sertifikasi internasional dari Microsoft dengan gelar MTA. Mengajar mata kuliah Algoritma Pemrograman, Bahasa Pemrograman, Logika dan Desain Pemrograman, dan beberapa mata kuliah lainnya. Berstatus menjadi dosen tetap di Prodi DIII Sistem Informasi, Universitas Dinamika Surabaya.

Monograf
Pengaruh Media Sosial
TikTok
Pada Tingkat Religiositas Mahasiswa
Di Perguruan Tinggi



CV. Global Aksara Pers
Anggota IKAPI, Jawa Timur, 2021,
No. 282/JTI/2021

Jl. Wonocolo Utara V/10 Surabaya
+628977416123/+628573269334
www.glohalaksarapers.com

