BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Perkembangan internet memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, memperoleh informasi, melakukan aktivitas belajar, bekerja, hingga mengakses berbagai layanan digital. Kehadiran internet tidak hanya mengubah pola interaksi masyarakat, tetapi juga mendorong berkembangnya berbagai platform digital yang semakin memudahkan pengguna dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa pada tahun 2026 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 235,2 juta jiwa dengan tingkat penetrasi nasional sebesar 81,72% dari total populasi penduduk Indonesia. Tingginya angka tersebut menunjukkan bahwa aktivitas digital semakin melekat dalam kehidupan masyarakat, khususnya kalangan muda yang menjadi kelompok pengguna internet terbesar.[1]

Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, penggunaan media sosial di Indonesia juga terus mengalami perkembangan. Media sosial merupakan salah satu layanan berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi informasi, serta mengakses berbagai bentuk

[1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), "Survei APJII: Penetrasi Internet di Indonesia 2026 Capai 81,7 Persen," *ANTARA*, https://www.antaranews.com/berita/5576225/survei-apjii-penetrasi-internet-di-indonesia-2026-capai-817-persen

konten secara cepat. Perkembangan teknologi tersebut menjadikan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial, sumber informasi, serta media pembelajaran bagi masyarakat, khususnya mahasiswa.[2]

Berdasarkan hasil Survei Internet APJII tahun 2026 yang diolah oleh GoodStats, TikTok menjadi media sosial yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia dengan persentase pengguna sebesar 31,8%, melampaui Facebook dan Instagram. Temuan tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian dari kehidupan digital masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa yang merupakan salah satu kelompok pengguna aktif media sosial. Tingginya penggunaan TikTok menjadikan platform ini tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media memperoleh informasi dan mengakses berbagai jenis konten, termasuk konten keagamaan seperti ceramah singkat, motivasi Islami, pengingat ibadah, pembacaan ayat al-Qur'an, hingga pembahasan kehidupan sehari-hari dalam perspektif Islam.[3]

Kehadiran konten keagamaan di media sosial menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital turut memengaruhi cara individu memahami dan menghayati ajaran agama. Media sosial saat ini tidak hanya menjadi ruang komunikasi, tetapi juga dimanfaatkan sebagai media dakwah dan penyebaran nilai-nilai keislaman di kalangan masyarakat, terutama generasi muda. Dalam konteks tersebut, religiositas menjadi salah satu aspek penting yang perlu

---

[2] Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017), 28.

[3] Annisa Rendanianti, "TikTok Jadi Media Sosial yang Paling Sering Diakses Publik RI 2026," *GoodStats*, 2 Juni 2026, https://data.goodstats.id/statistic/tiktok-jadi-media-sosial-yang-paling-sering-diakses-publik-ri-2026-Mxwdn

diperhatikan, khususnya pada mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) yang dipersiapkan sebagai calon pendidik agama dan teladan dalam kehidupan keagamaan.

Religiositas merupakan bentuk penghayatan dan pengamalan ajaran agama yang tercermin dalam keyakinan, pemahaman, sikap, serta perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Individu dengan tingkat religiositas yang baik cenderung menjadikan ajaran agama sebagai pedoman hidup dalam berpikir, bersikap, dan bertindak.[4] Religiositas tidak hanya berkaitan dengan pelaksanaan ibadah secara lahiriah, tetapi juga mencakup kedalaman spiritual dan penghayatan terhadap nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam kajian psikologi agama dijelaskan bahwa penghayatan dan pengamalan ajaran agama dapat memberikan ketenangan batin, rasa aman, serta kedekatan spiritual dengan Tuhan.[5] Hal tersebut sejalan dengan firman Allah Swt. dalam Q.S. ar-Ra'd: 28.

الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا وَتَطْمَىِٕنُّ قُلُوْبُهُمْ بِذِكْرِ اللّٰهِ ۗاَلَا بِذِكْرِ اللّٰهِ تَطْمَىِٕنُّ الْقُلُوْبُ ۗ

Ayat tersebut menjelaskan bahwa ketenangan hati dapat diperoleh melalui kedekatan kepada Allah Swt. dan penghayatan terhadap ajaran agama. Dengan demikian, religiositas tidak hanya menyangkut hubungan manusia dengan Allah Swt., tetapi juga memengaruhi kondisi emosional dan perilaku seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

---

[4] Jalaluddin, *Psikologi Agama: Memahami Perilaku Keagamaan dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi*, (Depok: Rajawali Pers, 2020), 312.

[5] Subandi, *Psikologi Agama & Kesehatan Mental,* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 112.

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) sebagai calon pendidik agama idealnya memiliki pemahaman dan pengamalan ajaran Islam yang baik. Namun, di tengah perkembangan media sosial yang semakin pesat, mahasiswa juga dihadapkan pada arus informasi digital yang sangat cepat dan beragam. Kondisi tersebut dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif terhadap kehidupan religius mahasiswa, tergantung pada bagaimana media sosial digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan peneliti, mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Antasari Banjarmasin menunjukkan keterlibatan yang cukup tinggi dalam penggunaan media sosial, khususnya TikTok. Aktivitas tersebut terlihat ketika mahasiswa berada di lingkungan kampus, baik sebelum perkuliahan dimulai, saat waktu istirahat, maupun setelah kegiatan pembelajaran berlangsung. Penggunaan TikTok tampak telah menjadi bagian dari rutinitas mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

Di sisi lain, tingginya intensitas penggunaan media sosial belum tentu selalu berbanding lurus dengan penguatan religiositas mahasiswa. Media sosial dapat memberikan manfaat apabila digunakan untuk mengakses konten yang bermanfaat, termasuk konten keagamaan, tetapi juga dapat menghadirkan tantangan dalam menjaga konsistensi nilai dan perilaku religius di tengah derasnya arus digital. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media sosial, khususnya TikTok, berperan dalam kehidupan religius mahasiswa PAI.

Penelitian mengenai media sosial dan religiositas telah dilakukan dalam berbagai konteks dan sudut pandang. Namun, perkembangan media sosial yang semakin dekat dengan kehidupan mahasiswa menjadikan kajian mengenai religiositas di ruang digital tetap menarik untuk dikaji lebih lanjut. Terlebih lagi, mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) merupakan kelompok yang tidak hanya aktif menggunakan media sosial, tetapi juga memiliki keterkaitan dengan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan akademik maupun sosialnya. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk memahami bagaimana media sosial, khususnya TikTok, hadir dan berperan dalam kehidupan religius mahasiswa PAI yang tercermin dalam dimensi keyakinan, praktik keagamaan, pengalaman keagamaan, pengetahuan agama, dan pengamalan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai **"PERAN PLATFORM TIKTOK TERHADAP RELIGIOSITAS MAHASISWA PAI DI UIN ANTASARI BANJARMASIN."**

B. Definisi Operasional

1. Platform TikTok

Platform TikTok merupakan aplikasi media sosial berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, mengunggah, menonton, dan berbagi video pendek, serta berinteraksi melalui berbagai fitur digital seperti komentar, tanda suka (*like*), siaran langsung (*live*), dan pesan. TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sarana

memperoleh informasi, edukasi, dan mengakses berbagai jenis konten, termasuk konten keagamaan.[6]

Dalam penelitian ini, platform TikTok merujuk pada penggunaan aplikasi TikTok oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Antasari Banjarmasin. Penggunaan tersebut dilihat dari pola penggunaan, tujuan penggunaan, serta jenis konten keagamaan yang diakses melalui platform TikTok.

2. Religiositas

Religiositas merupakan tingkat penghayatan dan pengamalan seseorang terhadap ajaran agama yang tercermin dalam keyakinan, sikap, pemahaman, serta perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Religiositas tidak hanya berkaitan dengan hubungan manusia dengan Allah Swt. melalui ibadah, tetapi juga mencakup bagaimana nilai-nilai agama diinternalisasikan dan diterapkan dalam kehidupan sosial maupun pribadi.[7]

Dalam penelitian ini, religiositas merujuk pada kehidupan keberagamaan mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Antasari Banjarmasin yang tercermin dalam beberapa dimensi, yaitu dimensi keyakinan (*belief*), praktik keagamaan (*religious practice*), pengalaman keagamaan (*religious experience*), pengetahuan agama (*religious knowledge*), dan pengamalan nilai-nilai agama (*religious effect*). Kelima dimensi tersebut digunakan untuk melihat bagaimana media sosial, khususnya TikTok, berperan

---

[6] Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017), 11.

[7] Jalaluddin, *Psikologi Agama: Memahami Perilaku Keagamaan dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi*, 318.

dalam kehidupan religius mahasiswa PAI, baik dalam aspek pemahaman agama, pelaksanaan ibadah, pengalaman spiritual, maupun perilaku keagamaan dalam kehidupan sehari-hari

3. Mahasiswa PAI

Mahasiswa merupakan peserta didik pada jenjang pendidikan tinggi yang sedang menempuh proses pendidikan dan pengembangan keilmuan di perguruan tinggi. Dalam konteks pendidikan Islam, mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) mempelajari berbagai disiplin ilmu keislaman yang berkaitan dengan pendidikan, dakwah, serta pembentukan karakter religius sebagai bekal menjadi pendidik agama di masyarakat.[8]

Mahasiswa PAI dalam penelitian ini merujuk pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam UIN Antasari Banjarmasin yang aktif menggunakan media sosial, khususnya TikTok, dalam kehidupan sehari-hari. Adapun subjek dalam penelitian ini terdiri dari 10 mahasiswa PAI angkatan 2022 UIN Antasari Banjarmasin yang dipilih sebagai informan untuk memperoleh data mengenai penggunaan media sosial dan perannya terhadap religiositas.

C. Fokus Penelitian

1. Pola penggunaan media sosial TikTok oleh mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Antasari Banjarmasin.
2. Peran media sosial TikTok terhadap religiositas mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Antasari Banjarmasin.

[8] Jejen Musfah, *Manajemen Pendidikan: Teori, Kebijakan, dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2018), 67.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan pola penggunaan media sosial TikTok oleh mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Antasari Banjarmasin.
2. Mendeskripsikan peran media sosial TikTok terhadap religiositas mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Antasari Banjarmasin.

E. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis yang berkaitan dengan kajian media sosial dan religiositas mahasiswa di era digital. Adapun signifikansi penelitian ini sebagai berikut:

1. Signifikansi Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian mengenai media sosial dan religiositas, khususnya dalam konteks mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI). Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian tentang kehidupan religius mahasiswa di tengah perkembangan media sosial, terutama terkait penggunaan TikTok sebagai ruang digital yang tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga sebagai media dalam mengakses konten keagamaan dan nilai-nilai keislaman.Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan media sosial, religiositas, serta dinamika kehidupan keberagamaan mahasiswa di era digital.

2. Signifikasi Praktis

a. Bagi Mahasiswa PAI

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan kesadaran kepada mahasiswa mengenai penggunaan media sosial, khususnya TikTok, dalam kehidupan sehari-hari serta kaitannya terhadap kehidupan religius mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan refleksi dalam memanfaatkan media sosial secara lebih bijak dan positif.

b. Bagi Program Studi PAI

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam memahami kehidupan mahasiswa di era digital, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan religiositas mahasiswa. Penelitian ini juga diharapkan dapat mendukung upaya pembinaan karakter religius mahasiswa di lingkungan kampus.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji media sosial dan religiositas dalam konteks yang lebih luas, baik pada subjek, pendekatan, maupun fokus penelitian yang berbeda.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

1. Jurnal yang ditulis oleh L. Allisa dan A. Triyono tahun 2023 berjudul "Pengaruh Dakwah di Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak" yang diterbitkan dalam Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu

Komunikasi.[9] Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat pengaruh konten dakwah di TikTok terhadap religiusitas remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah di media sosial TikTok memiliki pengaruh positif terhadap tingkat religiusitas remaja. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada pembahasan mengenai media sosial TikTok dan religiusitas. Adapun perbedaannya terletak pada subjek dan pendekatan penelitian. Penelitian L. Allisa dan A. Triyono berfokus pada remaja di Demak dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian ini berfokus pada mahasiswa PAI UIN Antasari Banjarmasin dengan pendekatan kualitatif deskriptif.

2. Jurnal yang ditulis oleh D. R. Ginting, F. Habib, Mansyursyah, dan R. A. Siregar tahun 2024 berjudul "Pengaruh Konten Dakwah di Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara".[10] Penelitian tersebut membahas bagaimana konten dakwah di TikTok memengaruhi religiusitas mahasiswa melalui media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi sebagai media dakwah yang mampu memengaruhi pemahaman dan kehidupan religius mahasiswa. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada fokus kajian mengenai

[9] L. Allisa dan A. Triyono, "Pengaruh Dakwah di Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak," *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi,* no. 1 (2023), https://doi.org/10.30596/interaksi.v7i1.13070

[10] D. R. Ginting, F. Habib, Mansyursyah, dan R. A. Siregar, "Pengaruh Konten Dakwah di Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara," *Jurnal Kajian Islam dan Sosial Keagamaan,* no. 3 (2024), https://doi.org/10.37680/fenomena.v1i3.8555

TikTok dan religiusitas mahasiswa. Adapun perbedaannya terletak pada subjek penelitian dan fokus analisis. Penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada pengaruh konten dakwah, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan pada peran media sosial TikTok terhadap religiusitas mahasiswa PAI yang dilihat melalui dimensi religiusitas Glock dan Stark.[2]

3. Skripsi yang ditulis oleh Firdiana Febriyanti tahun 2023 berjudul "Religiusitas dan Media Sosial (Studi Atas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Kehidupan Santri Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuaran)" dari UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.[11] Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian tersebut membahas penggunaan media sosial TikTok dalam kehidupan religius santri di lingkungan pesantren. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada pembahasan mengenai media sosial TikTok dan kehidupan religius subjek penelitian. Adapun perbedaannya terletak pada konteks subjek penelitian. Penelitian Firdiana Febriyanti berfokus pada kehidupan santri di pesantren, sedangkan penelitian ini berfokus pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Antasari Banjarmasin.

[11] Firdiana Febriyanti, "Religiusitas dan Media Sosial (Studi Atas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Kehidupan Santri Pondok Pesantren al-Qur'an al-Amin Pabuaran)". *Skripsi*, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023.

G. Sistematika Penulisan

Susunan yang terdapat di dalam penelitian ini terdiri dari lima bagian, dengan sistematika sebagai berikut.

Bab I: Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, definisi operasional, fokus penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, serta sistematika penulisan.

Bab II: Kajian teori dan kerangka pikir penelitian yang membahas konsep media sosial, media sosial TikTok, religiositas dalam perspektif umum dan Islam, dimensi religiositas, mahasiswa PAI, serta kerangka pikir penelitian.

Bab III: Metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data, serta teknik validitas dan keabsahan data.

Bab IV: hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data hasil penelitian mengenai penggunaan media sosial TikTok oleh mahasiswa PAI, serta pembahasan mengenai peran media sosial TikTok terhadap religiositas mahasiswa PAI UIN Antasari Banjarmasin.

Bab V: Penutup yang terdiri dari simpulan dan saran.