# BAB IV

# HASIL DAN PEMBAHASAN

## A. Gambaran Umum

### 1. Sejarah Singkat Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin merupakan salah satu fakultas yang bergerak dalam bidang pendidikan Islam dan keguruan. Berdirinya fakultas ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan tinggi Islam serta kebutuhan tenaga pendidik agama Islam yang profesional dan berkualitas. Fakultas Tarbiyah pada awalnya berada di luar Kota Banjarmasin, sedangkan di Banjarmasin hanya terdapat Fakultas Syariah.

Melihat kondisi tersebut, Rektor IAIN Antasari saat itu, H. Zafry Zamzam, mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 14/BR/IV/1965 tanggal 22 September 1965 tentang pembentukan Fakultas Tarbiyah di Banjarmasin. Fakultas ini kemudian resmi diresmikan pada tanggal 9 Oktober 1965. Dalam perkembangannya, Fakultas Tarbiyah terus mengalami perubahan dan peningkatan, baik dalam bidang akademik, sarana prasarana, maupun pengelolaan kelembagaan. Setelah perubahan status IAIN Antasari menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin, Fakultas Tarbiyah berubah nama menjadi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK).

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan berlokasi di Jalan Ahmad Yani Km. 4,5 Kota Banjarmasin dan menjadi salah satu pusat pengembangan pendidikan Islam di Kalimantan Selatan. Salah satu program studi yang berada di bawah naungan

fakultas ini adalah Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI), yang menjadi lokasi penelitian penulis.

**2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin**

Berikut visi, misi dan tujuan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin.

a. Visi "Menjadi Pusat Pengembangan Pendidikan Islami yang Unggul di Tingkat Asia Tenggara Tahun 2044"

b. Misi

1) Menyelenggarakan pendidikan yang unggul berbasis kebangsaan, karakter Islami dan kearifan lokal, serta berwawasan global di tingkat Asia tenggara

2) Mengembangkan riset dalam bidang pendidikan yang islami berbasis integrasi ilmu yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan berdampak terhadap kelestarian alam di tingkat Asis tenggara

3) Mengembangkan pola pengabdian dalam bidang pendidikan yang Islami berbasis kearifan lokal, berwawasan kebangsaan, dan berkarakter Islami yang relevan dengan kebutuhan masyarakat

4) Membangun kepercayaan dan kerja sama dalam bidang pendidikan yang Islami dan saling menguntungkan dengan lembaga lokal, regional, nasional, dan internasional dan

5) Mengembangkan tata Kelola dan tata pamong berdasarkan manajemen modern dan Islami dalam rangka mencapai kepuasan sivitas akademika dan stakeholders dalam layanan bidang pendidikan.

c. Tujuan

1) Menghasilkan lulusan yang unggul dalam bidang Pendidikan Islami yang terintegrasi dengan kebangsaan, karakter Islami dan kearifan lokal, serta berwawasan global
2) Mempublikasikan hasil riset dalam bidang Pendidikan Islami yang berdampak terhadap kelestarian alam dan bermanfaat bagi masyarakat
3) Terlaksananya pengabdian untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri, produktif, dan sejahtera dalam bidang pendidikan
4) Terwujudnya jalinan kerjasama dengan berbagai steakholder dan lembaga lainnya untuk menjamin pertumbuhan kualitas pelaksanaan tridharma perguruan tinggi yang berkelanjutan dan
5) Terwujudnya tata Kelola dan tata pamong berdasarkan manajemen modern dan Islami dalam layanan bidang Pendidikan.

## B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap 10 mahasiswa PAI angkatan 2022, diperoleh beberapa temuan terkait penggunaan media sosial, khususnya TikTok, serta perannya terhadap religiositas mahasiswa.

**Tabel 4.1 Data subjek penelitian yaitu Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Antasari Banjarmasin angkatan 2022 yang berjumlah 10 orang.**

| No. | Nama (Inisial) | Konsentrasi |
|---|---|---|
| 1 | SM | Akidah Akhlak |
| 2 | KN | Akidah Akhlak |
| 3 | EL | Akidah Akhlak |
| 4 | DA | Fikih |
| 5 | KY | Fikih |
| 6 | AF | Fikih |
| 7 | FS | Fikih |
| 8 | YN | Fikih |
| 9 | PK | Qur'an Hadist |
| 10 | SN | Sejarah Kebudaan Islam |

**1. Pola Penggunaan dan Akses Konten Kegamaan oleh Mahasiswa PAI Angkatan 2022**

**a. Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok oleh Mahasiswa**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap mahasiswa PAI angkatan 2022, ditemukan bahwa media sosial telah menjadi bagian yang cukup melekat dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Hampir seluruh responden mengaku aktif menggunakan berbagai platform media sosial, dengan TikTok menjadi aplikasi yang paling dominan diakses dibanding platform lainnya seperti Instagram, WhatsApp, maupun YouTube.

Durasi penggunaan media sosial yang disampaikan responden pun cukup beragam, mulai dari sekitar dua jam hingga lebih dari enam jam dalam sehari. Tingginya intensitas penggunaan tersebut umumnya dipengaruhi oleh waktu luang, kebutuhan hiburan, hingga kebiasaan membuka media sosial di sela-sela aktivitas akademik.

Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh KN yang menyatakan:

> Kalau media sosial yang paling sering saya pakai itu TikTok, WhatsApp, sama Instagram. Biasanya dalam sehari bisa sekitar empat jam, kadang lebih juga kalau memang lagi banyak waktu kosong atau tugas kuliah tidak terlalu padat. Paling sering bukanya pas lagi istirahat atau malam sebelum tidur.[1]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media sosial digunakan tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga telah menjadi bagian dari rutinitas harian mahasiswa. Waktu penggunaan yang cenderung fleksibel memperlihatkan bahwa akses media sosial seringkali menyesuaikan dengan aktivitas akademik yang dijalani.

Temuan serupa juga disampaikan oleh responden lain yaitu EH yang menunjukkan tingkat penggunaan media sosial yang relatif tinggi:

> Saya lumayan sering buka media sosial, terutama TikTok sama Instagram. Kalau dihitung mungkin sekitar lima sampai tujuh jam sehari, tapi itu tidak terus-terusan. Biasanya buka sebentar-sebentar di sela aktivitas, misalnya habis kelas atau lagi santai.[2]

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa penggunaan media sosial pada mahasiswa tidak selalu dilakukan dalam satu waktu secara terus-menerus, melainkan tersebar di berbagai kesempatan selama aktivitas sehari-hari. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari pola keseharian mahasiswa.

Terdapat juga responden lain yang menunjukkan intensitas penggunaan media sosial yang relatif lebih rendah karena mempertimbangkan

---

[1] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Selasa, 07 Mei 2026 (10.00)

[2] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Selasa, 07 Mei 2026 (14.00)

kesibukan akademik. Sebagaimana diungkapkan oleh responden SM, media sosial yang lebih sering digunakan adalah TikTok dan YouTube, namun dengan durasi yang tidak terlalu lama, yaitu sekitar dua hingga tiga jam per hari. Responden menjelaskan bahwa intensitas penggunaan tersebut cenderung berkurang ketika tugas perkuliahan meningkat, sehingga penggunaan telepon genggam menjadi lebih terbatas.

Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa dapat dipengaruhi oleh kondisi dan tanggung jawab akademik yang sedang dijalani. Selain itu, mayoritas responden juga mengungkapkan bahwa TikTok menjadi aplikasi yang paling sering diakses dibanding media sosial lainnya karena dianggap lebih menarik dan memiliki variasi konten yang cepat muncul.

Temuan ini menunjukkan bahwa daya tarik TikTok tidak hanya terletak pada variasi kontennya, tetapi juga pada kemudahan akses dan sistem algoritma yang membuat pengguna bertahan lebih lama dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa PAI angkatan 2022 tergolong cukup tinggi, dengan durasi penggunaan yang bervariasi sesuai kondisi masing-masing mahasiswa. TikTok menjadi platform yang paling dominan digunakan karena dianggap lebih menarik, praktis, dan mampu menyediakan berbagai jenis konten sesuai kebutuhan pengguna.

**b. Tujuan Penggunaan Media Sosial TikTok oleh Mahasiswa**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa PAI angkatan 2022 menggunakan media sosial dengan berbagai tujuan yang beragam. Namun, secara umum dapat dipahami bahwa penggunaan media sosial lebih banyak dilatarbelakangi oleh kebutuhan hiburan, mengisi waktu luang, dan melepas penat setelah aktivitas perkuliahan. Meskipun demikian, beberapa responden juga memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi, mengikuti perkembangan isu tertentu, hingga mengakses konten yang bersifat edukatif dan keagamaan.

Dominannya fungsi hiburan terlihat dari jawaban beberapa responden yang menganggap media sosial sebagai sarana refreshing di tengah aktivitas akademik. Salah satu responden yaitu KY, mengungkapkan:

> Awalnya saya pakai media sosial itu lebih buat hiburan sih, apalagi kalau habis kuliah atau lagi capek. Biasanya buka TikTok buat cari hiburan, lihat video lucu atau hal-hal yang lagi ramai. Tapi lama-lama kadang jadi sekalian cari informasi juga.[3]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada awalnya lebih didorong oleh kebutuhan hiburan. Namun, seiring meningkatnya intensitas penggunaan, media sosial juga mulai dimanfaatkan sebagai sarana memperoleh berbagai informasi. Selain untuk hiburan, sebagian mahasiswa mengaku menggunakan media sosial untuk mengikuti perkembangan isu dan menambah wawasan, termasuk wawasan keagamaan.

[3] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Selasa, 07 Mei 2026 (11.00)

Seperti yang diungkapkan oleh salah satu responden, yaitu SN, bahwa selain digunakan sebagai sarana hiburan, media sosial juga dimanfaatkan untuk memperoleh informasi terkini. Responden menyatakan bahwa media sosial kerap digunakan untuk mengikuti isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan, termasuk mengakses konten yang membahas suatu permasalahan dari perspektif Islam, sehingga dinilai dapat menambah wawasan keagamaan maupun pengetahuan umum.[4]

Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial mulai mengalami pergeseran fungsi dari sekadar sarana hiburan menuju media yang turut mendukung kebutuhan informasi mahasiswa.

Menariknya, terdapat pula responden yang secara sadar menjadikan media sosial sebagai ruang untuk memperoleh penguatan spiritual dan pengetahuan agama secara praktis, seperti yang diungkapkan oleh SM.

> Kalau saya pribadi kadang memang sengaja cari konten yang bermanfaat, terutama yang berhubungan dengan agama. Soalnya sekarang banyak penjelasan singkat yang mudah dipahami, jadi lumayan membantu buat menambah pemahaman. [5]

Dari hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa tujuan penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa PAI angkatan 2022 tidak bersifat tunggal. Meskipun hiburan masih menjadi tujuan utama, media sosial juga dimanfaatkan sebagai sarana memperoleh informasi, mengikuti perkembangan sosial, serta mengakses konten edukatif dan keagamaan. Hal

[4] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Rabu, 08 Mei 2026 (11.00)

[5] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Selasa, 07 Mei 2026 (09.00)

ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki fungsi yang cukup kompleks dalam kehidupan mahasiswa, baik sebagai media hiburan maupun sebagai ruang belajar informal.

**c. Akses terhadap Konten Keagamaan di TikTok oleh Mahasiswa**

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa seluruh mahasiswa PAI angkatan 2022 yang menjadi responden penelitian pernah mengakses konten keagamaan di TikTok, meskipun dengan frekuensi dan cara akses yang berbeda-beda. Sebagian mahasiswa mengaku secara aktif mencari konten keagamaan tertentu, sedangkan sebagian lainnya lebih sering menemui konten tersebut secara tidak sengaja melalui halaman *For You Page* (FYP). Perbedaan intensitas akses ini menunjukkan bahwa keterpaparan mahasiswa terhadap konten keagamaan di TikTok tidak selalu muncul dari pencarian sadar, tetapi juga dipengaruhi oleh algoritma media sosial.

Secara umum, jenis konten keagamaan yang paling sering diakses responden meliputi ceramah singkat, motivasi islami, pengingat ibadah, pembahasan hukum Islam sederhana, hingga konten reflektif mengenai kehidupan, dosa, dan kematian. Konten dengan durasi singkat dan penyampaian yang ringan cenderung lebih diminati karena dianggap lebih mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan mahasiswa sehari-hari.

PK mengungkapkan bahwa dirinya cukup sering mengakses konten keagamaan di TikTok karena penyampaiannya dinilai lebih sederhana dan mudah dipahami. PK juga menyebutkan konten yang sering ia temui berupa ceramah singkat, pengingat salat, maupun motivasi Islami. Menurut

responden, penggunaan bahasa yang sederhana serta durasi penyampaian yang tidak terlalu panjang membuat isi konten keagamaan lebih mudah dipahami dan diterima. [6]

Tidak hanya sebatas motivasi keagamaan, beberapa responden juga tertarik pada konten yang membahas persoalan sosial dan hukum Islam yang dikaitkan dengan realitas kehidupan saat ini. Hal tersebut disampaikan oleh FS sebagai berikut:

> Kalau saya sering lihat yang membahas masalah sehari-hari tapi dikaitkan sama Islam, misalnya soal pergaulan, hukum tertentu, atau fenomena yang lagi ramai. Jadi kadang menarik karena terasa dekat dengan kehidupan sekarang.[7]

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa ketertarikan mahasiswa terhadap konten keagamaan tidak hanya terletak pada aspek ibadah, tetapi juga pada pembahasan yang dianggap kontekstual dengan persoalan kehidupan sehari-hari.

AF mengungkapkan bahwa dirinya tidak secara khusus mencari konten keagamaan di media sosial. Tetapi ia tetap mengakses konten tersebut ketika muncul pada halaman beranda atau *For You Page* (FYP) TikTok miliknya. AF menjelaskan bahwa ketertarikan untuk menonton konten keagamaan biasanya dipengaruhi oleh isi pembahasan yang dianggap menarik

[6] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Rabu, 08 Mei 2026 (13.30)

[7] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Rabu, 08 Mei 2026 (10.00)

serta relevan dengan kondisi atau fenomena yang terjadi pada masa sekarang.[8]

Temuan di atas menunjukkan bahwa algoritma TikTok turut berperan dalam memperluas paparan mahasiswa terhadap konten keagamaan, bahkan pada pengguna yang tidak secara aktif mencarinya. Selain itu, beberapa mahasiswa juga lebih tertarik pada konten yang bersifat reflektif dan menyentuh secara emosional.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa akses terhadap konten keagamaan oleh mahasiswa PAI angkatan 2022 di TikTok tergolong cukup tinggi, baik melalui pencarian secara sadar maupun melalui rekomendasi algoritma aplikasi. Konten yang paling dominan diakses cenderung berupa video singkat dengan pembahasan praktis, reflektif, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi salah satu media yang membuka ruang paparan keagamaan secara digital bagi mahasiswa.

**2. Peran Media Sosial TikTok Terhadap Religiositas Mahasiswa PAI**

**a. Dimensi Keyakinan (*belief*)**

Dari berbagai tanggapan responden dapat dipahami bahwa penggunaan TikTok sebagai media akses konten keagamaan turut memberikan peran terhadap dimensi keyakinan (ideologis) religiositas mahasiswa PAI angkatan 2022. Peran tersebut tidak tampak dalam bentuk perubahan keyakinan yang bersifat mendasar, melainkan lebih pada

[8] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Rabu, 08 Mei 2026 (09.00)

penguatan terhadap nilai-nilai keagamaan yang sebelumnya telah diyakini. Sebagian besar responden menyebutkan bahwa konten dakwah di TikTok sering kali berfungsi sebagai pengingat spiritual di tengah aktivitas sehari-hari.

Mayoritas responden mengungkapkan bahwa setelah mengakses konten keagamaan tertentu, muncul kesadaran untuk kembali merefleksikan hubungan dengan Allah, mengingat kewajiban agama, serta meningkatkan rasa hati-hati terhadap larangan agama. Dalam hal ini, TikTok lebih banyak diposisikan sebagai media yang memperkuat keyakinan yang sudah ada dibanding membentuk keyakinan baru.

Seperti yang diungkapkan oleh responden DA, bahwa keberadaan konten keagamaan di TikTok memberikan efek pengingat terhadap nilai-nilai keagamaan yang terkadang terlupakan dalam kehidupan sehari-hari. DA juga menjelaskan bahwa konten keagamaan tidak secara langsung mengubah keyakinannya, melainkan lebih berperan sebagai sarana refleksi dan pengingat terhadap ajaran agama yang sebelumnya telah diketahui. Menurutnya, kesibukan dan kelalaian sering kali menyebabkan seseorang melupakan aspek-aspek keagamaan tertentu, sehingga kehadiran konten tersebut dirasakan dapat mendorong individu untuk kembali mendekatkan diri kepada Allah Swt. [9]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa peran TikTok pada dimensi keyakinan lebih bersifat memperkuat kesadaran religius mahasiswa. Konten

[9] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Selasa, 07 Mei 2026 (13.30)

keagamaan tidak hadir sebagai sumber utama pembentukan keyakinan, tetapi sebagai media yang membantu mahasiswa mengingat kembali nilai-nilai agama yang telah mereka pahami sebelumnya.

AF mengaku bahwa konten yang membahas dosa, kematian, maupun kehidupan akhirat turut memberikan pengaruh terhadap cara mereka memandang kehidupan dan menjalankan nilai agama.

> Menurut saya cukup berpengaruh, terutama kalau kontennya membahas dosa atau kehidupan setelah mati. Kadang setelah lihat itu jadi lebih takut buat melakukan hal-hal yang dilarang agama dan lebih sadar sama perilaku sendiri.[10]

Beberapa tanggapan di atas memperlihatkan bahwa konten keagamaan di TikTok tidak hanya menyentuh aspek pengetahuan, tetapi juga mampu membangkitkan kesadaran moral dan emosional mahasiswa terhadap konsekuensi perilaku dalam perspektif agama.

Meskipun tidak seluruh responden merasakan pengaruh yang sama besar terhadap aspek keyakinan. Beberapa mahasiswa menilai bahwa TikTok lebih banyak memberikan tambahan perspektif keagamaan dibanding mempengaruhi keyakinan secara langsung.

Seperti yang disampaikan oleh SN:

> Kalau keyakinan saya sebenarnya tidak berubah karena TikTok, tapi mungkin lebih menambah cara pandang saja. Kadang ada pembahasan yang membuat saya jadi lebih paham atau melihat suatu masalah dari sisi agama.[11]

---

[10] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Rabu, 08 Mei 2026 (09:00)

[11] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Rabu, 08 Mei 2026 (11.00)

Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pengaruh TikTok terhadap dimensi keyakinan mahasiswa cenderung berbeda-beda. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh intensitas akses terhadap konten, pengalaman pribadi, serta cara masing-masing mahasiswa dalam memahami pesan keagamaan yang diterima.

Maka dari itu, dapat dipahami bahwa media sosial TikTok memiliki peran terhadap religiositas mahasiswa PAI angkatan 2022 pada dimensi keyakinan (ideologis), terutama sebagai sarana penguatan iman, pengingat nilai-nilai agama, dan peningkatan kesadaran religius. Namun, pengaruh tersebut cenderung bersifat memperkuat (*reinforcement*) keyakinan yang telah ada, bukan membentuk perubahan keyakinan secara fundamental.

**b. Dimensi Praktik Agama (*religious practice*)**

Temuan lapangan memperlihatkan bahwa keberadaan konten keagamaan di TikTok turut memberikan pengaruh terhadap dimensi praktik agama (ritualistik) religiositas mahasiswa PAI angkatan 2022. Pengaruh tersebut tampak pada munculnya dorongan untuk memperbaiki pelaksanaan ibadah, seperti meningkatkan kesadaran menjalankan sholat tepat waktu, membaca al-Qur'an, memperbanyak doa, hingga menambah amalan tertentu. Walaupun sebagian besar mahasiswa mengakui bahwa perubahan tersebut belum berlangsung secara konsisten dan sering dipengaruhi oleh kondisi pribadi maupun lingkungan sekitar.

Bagi sebagian mahasiswa, konten keagamaan yang muncul di TikTok berfungsi sebagai pengingat terhadap kewajiban ibadah yang terkadang

terabaikan karena kesibukan perkuliahan maupun aktivitas sehari-hari. Dalam beberapa situasi, paparan konten tersebut bahkan memunculkan rasa bersalah ketika lalai menjalankan ibadah.

Hal ini sebagaimana disampaikan YN::

> Kadang setelah lihat konten tentang sholat atau pengingat ibadah itu jadi merasa tersadarkan. Misalnya sebelumnya suka menunda-nunda sholat, terus habis nonton jadi merasa tidak enak dan berusaha lebih tepat waktu. Walaupun jujur kadang tidak selalu konsisten.[12]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki kontribusi dalam membangun kesadaran religius mahasiswa pada aspek praktik ibadah. Akan tetapi, dorongan tersebut lebih sering muncul sebagai motivasi sesaat yang memerlukan penguatan dari faktor lain agar dapat berlangsung secara berkelanjutan.

Selain itu, SM merasakan bahwa konten keagamaan di TikTok tidak hanya mengingatkan tentang kewajiban agama, tetapi juga meningkatkan motivasi untuk menambah kualitas ibadah yang dilakukan.

> Saya merasa ada perubahan, terutama jadi lebih semangat buat menjaga sholat dan kadang jadi termotivasi buat tambah amalan. Apalagi kalau lihat konten yang isinya tentang keutamaan ibadah atau pengingat akhirat.[13]

Hal tersebut memperlihatkan bahwa konten keagamaan di TikTok dapat memunculkan semangat spiritual yang mendorong mahasiswa untuk memperbaiki kualitas hubungan ibadah dengan Allah.

---

[12] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Rabu, 08 Mei 2026 (15.00)

[13] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Selasa, 07 Mei 2026 (09.00)

Namun tidak semua responden menilai bahwa TikTok memberikan perubahan besar pada praktik keagamaan mereka. Sebagian mahasiswa memandang pengaruhnya lebih terasa sebagai bahan refleksi diri daripada perubahan perilaku ibadah yang langsung terlihat.

Salah satunya FS, ia mengatakan jika perubahan langsung mungkin tidak terlalu signifikan, tapi biasanya setelah melihat konten tertentu jadi ada rasa ingin mengevaluasi diri (*muhasabah*). Paling tidak jadi pengingat kalau ibadah itu memang harus diperhatikan.[14]

Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat pengaruh TikTok terhadap praktik ibadah mahasiswa berbeda-beda pada setiap individu. Ada mahasiswa yang mengalami peningkatan motivasi beribadah, sementara sebagian lainnya lebih merasakan efek berupa kesadaran untuk mengevaluasi kualitas ibadah yang telah dijalankan.

Di samping itu, beberapa responden juga mengakui bahwa motivasi beribadah yang muncul setelah menonton konten keagamaan terkadang bersifat fluktuatif. Semangat untuk memperbaiki ibadah dapat meningkat pada waktu tertentu, tetapi dapat kembali menurun apabila tidak disertai komitmen pribadi yang kuat.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dipahami bahwa media sosial TikTok memiliki peran dalam meningkatkan motivasi ibadah, kesadaran menjalankan kewajiban agama, dan dorongan untuk memperbaiki kualitas ibadah. Namun,

[14] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Rabu, 08 Mei 2026 (10.00)

pengaruh tersebut umumnya belum bersifat konsisten dan masih dipengaruhi oleh faktor internal masing-masing mahasiswa.

**c. Dimensi Pengalaman Keagamaan (*religious experience*)**

Pengalaman responden selama mengakses konten keagamaan di TikTok menunjukkan bahwa media sosial tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana memperoleh informasi agama, tetapi juga menghadirkan pengalaman emosional dan spiritual tertentu bagi mahasiswa PAI. Pada dimensi pengalaman (eksperiensial), sebagian besar responden mengaku pernah merasakan perasaan tersentuh, lebih tenang, lebih sadar terhadap diri sendiri, hingga muncul rasa lebih dekat dengan Allah setelah menonton konten keagamaan tertentu.

Menariknya, pengalaman religius yang dirasakan mahasiswa umumnya tidak muncul setiap saat, melainkan lebih sering terjadi ketika isi konten memiliki keterkaitan dengan situasi pribadi yang sedang dihadapi. Konten yang membahas kesabaran, ujian hidup, dosa, kematian, maupun pengingat akhirat menjadi jenis konten yang paling sering memunculkan pengalaman emosional keagamaan pada responden.

EH menyebutkan bahwa konten keagamaan di TikTok pernah memberikan dampak emosional ketika dirinya sedang menghadapi tekanan dalam kehidupan sehari-hari.

> Pernah waktu lagi banyak pikiran sama capek karena urusan kuliah, terus tiba-tiba lewat konten yang isinya tentang sabar dan mendekatkan diri ke Allah. Entah kenapa waktu itu rasanya lebih

> tenang, kayak diingatkan kalau semua masalah itu pasti ada jalannya.[15]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konten keagamaan di TikTok dapat memberikan pengalaman spiritual berupa ketenangan batin dan penguatan emosional bagi mahasiswa ketika menghadapi kondisi tertentu.

Selain memberikan rasa tenang, AF juga mengaku bahwa konten yang membahas kematian dan kehidupan akhirat sering kali memunculkan refleksi diri serta kesadaran untuk memperbaiki kehidupan keagamaan.

> Kalau lihat konten tentang kematian atau dosa biasanya jadi kepikiran sendiri. Kadang setelah nonton itu jadi merasa harus lebih memperbaiki diri, karena kita juga tidak tahu kapan dipanggil.[16]

Hal tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman religius mahasiswa tidak hanya berbentuk emosi sesaat, tetapi juga dapat berkembang menjadi refleksi diri terhadap kehidupan dan perilaku sehari-hari.

Walau tidak seluruh responden mengalami pengalaman religius dengan tingkat intensitas yang sama. Sebagian responden menyebutkan bahwa perasaan tersentuh atau pengalaman spiritual hanya muncul pada kondisi tertentu, terutama ketika isi konten terasa dekat dengan pengalaman pribadi yang sedang dialami.

Hal tersebut menunjukkan bahwa pengalaman religius mereka dalam mengakses konten keagamaan di TikTok bersifat subjektif dan dipengaruhi

---

[15] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Selasa, 07 Mei 2026 (14:00)

[16] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Rabu, 08 Mei 2026 (09:00)

oleh kondisi emosional, kesiapan psikologis, serta relevansi isi pesan dengan pengalaman hidup masing-masing individu.

Beberapa mahasiswa juga menilai bahwa pengalaman spiritual yang muncul melalui TikTok sering kali menjadi titik awal kesadaran religius sebelum akhirnya memengaruhi aspek lain, seperti praktik ibadah maupun perubahan perilaku. Hal ini memperlihatkan bahwa dimensi pengalaman memiliki hubungan yang cukup erat dengan dimensi religiositas lainnya.

Dapat dipahami bahwa media sosial TikTok dapat menghadirkan pengalaman emosional-spiritual berupa ketenangan batin, introspeksi diri, perasaan tersentuh, serta meningkatnya kesadaran untuk mendekatkan diri kepada Allah. Akan tetapi, pengalaman tersebut bersifat personal dan tidak dirasakan dengan intensitas yang sama oleh seluruh mahasiswa.

**d. Dimensi Pengetahuan Agama (*religious knowledge*)**

Akses mahasiswa terhadap konten dakwah di TikTok memperlihatkan adanya kontribusi media sosial tersebut terhadap dimensi pengetahuan (intelektual) religiositas mahasiswa PAI angkatan 2022. Kehadiran berbagai konten keagamaan dengan format singkat dan mudah dipahami membuat sebagian mahasiswa merasa lebih terbantu dalam memperoleh tambahan wawasan agama, terutama terkait persoalan ibadah, akhlak, hukum Islam, serta fenomena kehidupan sehari-hari yang dikaitkan dengan perspektif keislaman.

Bentuk penyampaian konten yang sederhana menjadi salah satu alasan mahasiswa tertarik mengakses materi keagamaan di TikTok. Beberapa

responden mengaku bahwa penjelasan singkat dalam video justru membuat mereka lebih mudah memahami suatu topik dibanding harus langsung membaca pembahasan yang panjang dan kompleks. Meskipun mayoritas mahasiswa tetap memandang TikTok sebagai sumber tambahan pengetahuan, bukan sumber utama pembelajaran agama.

YN menjelaskan bahwa dirinya memperoleh pengetahuan baru melalui konten-konten keagamaan di TikTok, khususnya yang membahas persoalan praktis dalam kehidupan sehari-hari. Responden mengungkapkan bahwa terdapat pemahaman baru yang diperoleh, terutama mengenai hal-hal sederhana yang sebelumnya belum dipahami secara mendalam. Pengetahuan tersebut mencakup pembahasan mengenai adab, hukum-hukum tertentu dalam Islam, serta aspek-aspek kecil dalam ibadah yang sering kali terlewatkan dalam praktik sehari-hari.[17]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi media pembelajaran informal yang membantu mahasiswa memahami aspek-aspek keagamaan secara lebih praktis dan kontekstual.

Sementara itu, KY menunjukkan sikap yang selektif terhadap informasi keagamaan yang diperoleh melalui TikTok. Responden menyadari bahwa tidak semua konten keagamaan dapat diterima secara langsung tanpa melakukan pengecekan lebih lanjut terhadap sumber maupun substansi materi yang disampaikan. Menurut KY, meskipun terdapat pengetahuan baru yang diperoleh dari konten tersebut, responden cenderung melakukan verifikasi

[17] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Rabu, 08 mei 2026 (15:00)

terlebih dahulu, seperti memperhatikan pihak yang menyampaikan materi, mencari penjelasan tambahan dari sumber lain, serta membandingkannya dengan pengetahuan yang telah dipelajari sebelumnya.[18]

Selain itu, beberapa mahasiswa juga menilai bahwa latar belakang mereka sebagai mahasiswa PAI turut memengaruhi cara mereka menerima informasi keagamaan di TikTok. Pengetahuan yang diperoleh di perkuliahan menjadi bahan pembanding dalam menilai validitas isi konten yang dikonsumsi.

Sehingga dapat dipahami bahwa media sosial TikTok memiliki peran dalam memberikan tambahan wawasan keagamaan yang praktis, ringan, dan mudah dipahami. Namun, mahasiswa cenderung tidak menjadikan TikTok sebagai satu-satunya sumber belajar agama, melainkan tetap melakukan verifikasi dan pendalaman melalui sumber lain yang dianggap lebih kredibel.

**e. Dimensi Pengamalan (*religious effect*)**

Perubahan perilaku yang disampaikan oleh para responden menunjukkan bahwa konten keagamaan di TikTok memiliki keterkaitan dengan dimensi pengamalan (konsekuensial) religiositas mahasiswa PAI angkatan 2022. Pada dimensi ini, pengaruh yang dirasakan mahasiswa tidak selalu tampak dalam bentuk perubahan besar yang terjadi secara langsung, melainkan lebih banyak hadir sebagai dorongan untuk memperbaiki diri dalam kehidupan sehari-hari. Bentuk perubahan tersebut terlihat pada upaya menjaga perilaku, memperbaiki cara berbicara, lebih berhati-hati dalam

[18] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Selasa, 07 Mei 2026 (11.00)

bertindak, hingga meningkatkan kesadaran dalam berinteraksi dengan orang lain.

Sebagian mahasiswa mengungkapkan bahwa setelah sering mengakses konten keagamaan di TikTok, muncul dorongan untuk melakukan evaluasi terhadap perilaku diri sendiri. Konten yang membahas akhlak, dosa, maupun nasihat kehidupan islami dianggap cukup berpengaruh dalam membentuk kesadaran untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

Hal ini diungkapkan responden SM:

> Kalau perubahan pasti ada, walaupun mungkin tidak besar. Misalnya jadi lebih menjaga cara bicara, lebih hati-hati kalau mau melakukan sesuatu, atau kadang lebih sering mikir dulu sebelum bertindak. Jadi seperti ada rasa diingatkan terus.[19]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh TikTok pada dimensi pengamalan lebih banyak muncul dalam bentuk kontrol diri dan peningkatan kesadaran moral, bukan perubahan perilaku yang bersifat instan.

DA juga menilai bahwa konten keagamaan di TikTok turut memengaruhi cara dirinya menjalani kehidupan sosial, khususnya dalam menjaga sikap dan pergaulan sehari-hari. Responden mengungkapkan bahwa terdapat perubahan dalam perilaku, terutama berkaitan dengan upaya menjaga diri dan memperbaiki sikap setelah mengakses konten keagamaan tertentu. Menurut responden, sebagai mahasiswa PAI terdapat kesadaran moral untuk menampilkan perilaku yang selaras dengan nilai-nilai keagamaan, sehingga

[19] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Selasa, 07 Mei 2026 (09.00)

muncul perasaan kurang nyaman apabila perilaku yang ditunjukkan tidak sesuai dengan identitas akademik maupun religius yang dimiliki.[20]

Hal tersebut memperlihatkan bahwa pengamalan nilai agama pada mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan hubungan vertikal kepada Allah, tetapi juga tercermin dalam interaksi sosial dan tanggung jawab moral sebagai mahasiswa PAI.

Meskipun tidak semua mahasiswa merasakan perubahan perilaku secara signifikan. SN mengaku bahwa pengaruh TikTok lebih terasa sebagai pengingat untuk memperbaiki diri dibanding menghasilkan perubahan nyata yang langsung terlihat.

> Menurut saya lebih ke pengingat saja sih. Kadang habis nonton jadi merasa harus memperbaiki diri, tapi kalau perubahan besar mungkin tidak langsung terasa. Paling tidak ada kesadaran buat jadi lebih baik.[21]

Temuan tersebut menunjukkan bahwa perubahan perilaku pada mahasiswa berlangsung secara bertahap dan dipengaruhi oleh tingkat penerimaan individu terhadap pesan keagamaan yang dikonsumsi. Dalam beberapa kasus, kesadaran internal menjadi tahap awal sebelum muncul perubahan yang lebih nyata dalam perilaku sehari-hari.

Beberapa responden juga menyampaikan bahwa dampak konten keagamaan di TikTok cenderung lebih banyak memberikan pengaruh positif

---

[20] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Selasa, 07 Mei 2026 (13.30)

[21] Wawancara dengan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 di UIN Antasari Banjarmasin. Rabu, 08 Mei 2026 (11.00)

selama pengguna mampu memilih konten secara bijak dan tidak menerima seluruh informasi secara mentah.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa media sosial TikTok memiliki peran dalam meningkatkan kesadaran diri, kehati-hatian dalam bersikap, serta dorongan untuk memperbaiki perilaku sehari-hari. Akan tetapi, perubahan tersebut umumnya berlangsung secara bertahap dan belum sepenuhnya konsisten pada seluruh mahasiswa.

## C. Pembahasan

### 1. Pola Penggunaan TikTok terhadap Religiositas Mahasiswa PAI

#### a. Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok oleh Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa PAI angkatan 2022 tergolong cukup tinggi, terutama pada platform TikTok. Hampir seluruh responden mengaku mengakses TikTok setiap hari dengan durasi penggunaan yang berbeda-beda, mulai dari sekitar dua jam hingga lebih dari enam jam dalam sehari. Tingginya intensitas penggunaan tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian yang cukup dekat dengan aktivitas keseharian mahasiswa.

Mahasiswa umumnya menggunakan TikTok pada waktu-waktu senggang, seperti setelah perkuliahan, saat beristirahat, maupun sebelum tidur. Sebagian responden juga mengaku sering membuka TikTok secara berulang di sela aktivitas karena merasa aplikasi tersebut lebih praktis dan mampu menghadirkan berbagai jenis konten dalam waktu singkat. Kebiasaan tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial tidak lagi sekadar

aktivitas tambahan, tetapi sudah menjadi bagian dari pola kehidupan digital mahasiswa.

Kondisi ini sejalan dengan pendapat Rulli Nasrullah yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial secara virtual tanpa dibatasi ruang dan waktu.[22] Kehadiran media sosial yang mudah diakses melalui telepon genggam membuat mahasiswa dapat terhubung dengan berbagai informasi kapan saja sesuai kebutuhan dan minat masing-masing.

Selain itu, dominannya penggunaan TikTok dibandingkan media sosial lain dalam penelitian ini juga tidak terlepas dari karakteristik TikTok itu sendiri. TikTok hadir dengan format video pendek yang dinilai lebih ringan dan cepat dipahami oleh pengguna. Mahasiswa cenderung tertarik pada konten yang dapat dinikmati secara singkat tanpa harus menghabiskan waktu terlalu lama untuk memahami isi informasi yang disampaikan.

Hal tersebut sesuai dengan teori mengenai karakteristik TikTok yang menjelaskan bahwa platform ini mengandalkan video berdurasi singkat serta algoritma personalisasi yang mampu menyesuaikan tayangan dengan minat pengguna.[23] Sistem algoritma tersebut membuat pengguna terus menerima konten yang dianggap relevan berdasarkan aktivitas sebelumnya, sehingga secara tidak langsung mendorong pengguna untuk bertahan lebih lama saat menggunakan aplikasi.

---

[22] Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, 11.

[23] Andreas Schellewald, "Understanding the Popularity and Affordances of TikTok Through User Experiences," *Media, Culture & Society* 45, no. 8 (2023): 1560–1564.

Dalam penelitian ini, beberapa mahasiswa juga mengungkapkan bahwa mereka sering kali tidak sadar telah menggunakan TikTok dalam waktu yang cukup lama karena konten yang muncul terus berubah dan terasa menarik untuk diikuti. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki daya tarik yang kuat bagi generasi muda, terutama karena penyajian kontennya yang cepat, variatif, dan mengikuti tren yang sedang berkembang.

Tingginya intensitas penggunaan TikTok pada mahasiswa PAI juga memperlihatkan bagaimana perkembangan teknologi digital memengaruhi pola konsumsi informasi generasi muda. Mahasiswa tidak hanya menggunakan media sosial untuk hiburan, tetapi juga untuk memperoleh informasi, mengikuti perkembangan isu sosial, bahkan mengakses konten keagamaan. Sehingga media sosial menjadi ruang yang cukup berpengaruh dalam kehidupan mahasiswa sehari-hari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok pada setiap mahasiswa tetap dipengaruhi oleh kondisi dan aktivitas masing-masing. Mahasiswa yang memiliki jadwal kuliah atau tugas yang lebih padat cenderung membatasi penggunaan media sosial, sedangkan mahasiswa yang memiliki lebih banyak waktu luang mengaku lebih sering mengakses TikTok dalam durasi yang lebih lama.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa intensitas penggunaan TikTok pada mahasiswa PAI angkatan 2022 tergolong tinggi dan telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari mahasiswa. Tingginya penggunaan tersebut dipengaruhi oleh karakteristik TikTok yang praktis,

menarik, dan mampu menyesuaikan konten dengan minat pengguna melalui sistem algoritma digital.

**b. Tujuan Penggunaan Media Sosial TikTok oleh Mahasiswa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa PAI angkatan 2022 menggunakan TikTok dengan tujuan yang cukup beragam. Meskipun pada awalnya media sosial lebih banyak digunakan sebagai sarana hiburan, dalam perkembangannya TikTok juga dimanfaatkan untuk memperoleh informasi, mengikuti isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan, hingga mengakses konten yang bersifat edukatif dan keagamaan.

Sebagian besar mahasiswa mengaku membuka TikTok ketika merasa lelah setelah perkuliahan atau ingin mengisi waktu luang. Konten hiburan seperti video lucu, tren yang sedang viral, maupun konten ringan lainnya menjadi alasan awal mahasiswa tertarik menggunakan aplikasi tersebut. Bagi mahasiswa, TikTok dianggap mampu memberikan hiburan yang cepat dan mudah diakses tanpa memerlukan waktu yang lama.

Penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa tidak berhenti pada aspek hiburan semata. Seiring intensitas penggunaan yang semakin tinggi, mahasiswa mulai memanfaatkan media sosial tersebut untuk mencari berbagai informasi yang dianggap bermanfaat. Beberapa responden menyebutkan bahwa mereka sering memperoleh informasi mengenai kehidupan sosial, motivasi diri, tips perkuliahan, hingga pembahasan agama melalui video-video yang muncul di beranda TikTok.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial saat ini telah mengalami perkembangan fungsi dalam kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda. Hal ini sejalan dengan pendapat A. Damayanti yang menjelaskan bahwa media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai media informasi dan pembelajaran.[24] Kehadiran media sosial membuat pengguna dapat memperoleh berbagai jenis pengetahuan secara cepat melalui konten digital yang mudah diakses.

Dalam konteks penelitian ini, beberapa mahasiswa juga mengaku secara sengaja mencari konten yang memberikan nilai positif, terutama konten yang berkaitan dengan agama dan motivasi kehidupan. Mahasiswa menilai bahwa penyampaian materi melalui TikTok terasa lebih ringan dan tidak terlalu formal sehingga lebih mudah dipahami dalam aktivitas sehari-hari. Konten yang dikemas secara singkat dan komunikatif membuat mahasiswa merasa lebih nyaman menerima informasi dibandingkan penjelasan yang terlalu panjang.

Fenomena tersebut sesuai dengan karakteristik TikTok sebagai media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna memperoleh informasi secara cepat dan praktis.[25] Kombinasi antara gambar, suara, teks, dan efek visual membuat isi konten lebih menarik perhatian pengguna,

[24] A. Damayanti, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Informasi dan Komunikasi," *PIKMA: Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema* 6, no. 1 (2023): 2–3.

[25] Yeni Lusiana dan Sinta Paramita, "Komunikasi Ekspresif Media TikTok," *Jurnal Kiwari* 1, no. 3 (2022): 541–542.

terutama generasi muda yang terbiasa dengan pola konsumsi informasi digital yang singkat dan cepat.

Selain itu, hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa mahasiswa tidak selalu memiliki tujuan yang tetap ketika membuka TikTok. Ada kalanya mahasiswa hanya berniat mencari hiburan, tetapi kemudian menemukan konten edukatif atau keagamaan yang menarik perhatian mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa pola penggunaan TikTok bersifat fleksibel dan dipengaruhi oleh sistem algoritma aplikasi yang terus menampilkan konten sesuai aktivitas pengguna sebelumnya.

Adanya mahasiswa yang mulai memanfaatkan TikTok untuk memperoleh wawasan keagamaan menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu ruang belajar informal di era digital. TikTok tidak hanya dipandang sebagai aplikasi hiburan, tetapi juga sebagai media yang dapat memberikan tambahan pengetahuan dan sudut pandang baru mengenai berbagai persoalan kehidupan, termasuk persoalan agama.

Maka dapat dipahami bahwa tujuan penggunaan TikTok pada mahasiswa PAI angkatan 2022 tidak bersifat tunggal. Selain digunakan sebagai media hiburan dan pelepas penat, TikTok juga dimanfaatkan untuk memperoleh informasi, mengikuti perkembangan sosial, serta mengakses berbagai konten edukatif dan keagamaan yang dianggap relevan dengan kebutuhan mahasiswa.

**c. Akses terhadap Konten Keagamaan di TikTok oleh Mahasiswa**

Berdasarkan hasil penelitian, seluruh mahasiswa PAI angkatan 2022 yang menjadi responden diketahui pernah mengakses konten keagamaan di TikTok. Akan tetapi, cara mahasiswa menemukan konten tersebut tidak selalu sama. Sebagian mahasiswa memang secara sengaja mencari konten dakwah tertentu, sedangkan sebagian lainnya lebih sering menemukan konten keagamaan secara tidak langsung melalui halaman *For You Page* (FYP) TikTok.

Keberadaan fitur rekomendasi pada TikTok membuat mahasiswa cukup sering terpapar konten dakwah meskipun sebelumnya tidak secara khusus mencari tema keagamaan. Dalam beberapa wawancara, mahasiswa mengaku bahwa setelah beberapa kali menonton atau menyukai konten Islami, beranda TikTok mereka mulai dipenuhi video dengan tema serupa, seperti ceramah singkat, motivasi Islami, pengingat ibadah, pembahasan hukum Islam, hingga konten reflektif tentang kehidupan dan kematian.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa algoritma TikTok memiliki pengaruh dalam memperluas paparan konten keagamaan kepada pengguna. Hal ini sesuai dengan teori Andreas Schellewald yang menjelaskan bahwa TikTok menggunakan sistem algoritma personalisasi yang mampu menampilkan konten sesuai minat dan aktivitas pengguna sebelumnya.[26] Dengan sistem tersebut, pengguna dapat terus menerima rekomendasi konten yang dianggap relevan dengan preferensinya, termasuk konten dakwah dan keagamaan.

[26] Andreas Schellewald, "Understanding the Popularity and Affordances of TikTok Through User Experiences," *Journal Media, Culture & Society* 45, no. 8 (2023): 1560–1564.

Selain itu, mahasiswa cenderung lebih tertarik pada konten agama yang disampaikan dengan bahasa sederhana dan berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Konten yang membahas persoalan sosial, pergaulan, ibadah, maupun fenomena yang sedang ramai diperbincangkan dari sudut pandang Islam dianggap lebih mudah dipahami dan terasa dekat dengan realitas kehidupan mahasiswa.

Dalam konteks ini, TikTok menjadi media yang memungkinkan penyampaian pesan dakwah dilakukan dengan cara yang lebih ringan dan komunikatif. Hal tersebut sejalan dengan konsep dakwah digital yang dijelaskan oleh Wahyu Ilaihi bahwa perkembangan teknologi komunikasi telah membawa perubahan pada metode dakwah, dari yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi berbasis media digital dan internet.[27] Melalui media sosial, pesan-pesan keislaman dapat disampaikan secara lebih cepat, luas, dan fleksibel kepada masyarakat, khususnya generasi muda.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa bentuk konten keagamaan yang diakses mahasiswa cukup beragam. Konten tersebut meliputi motivasi Islami, edukasi fikih sederhana, pengingat salat, hingga pembahasan mengenai akhlak dan kehidupan sehari-hari dalam perspektif Islam. Bentuk-bentuk konten tersebut sesuai dengan teori Moh. Ali Aziz yang menyebutkan bahwa materi dakwah mencakup aspek akidah, syariah, dan

[27] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 17–23.

akhlak yang dapat dikemas dalam berbagai bentuk sesuai karakteristik media yang digunakan.[28]

Menariknya, beberapa mahasiswa mengaku lebih mudah memahami penjelasan agama melalui TikTok karena penyampaiannya singkat dan langsung pada inti pembahasan. Karakteristik video pendek membuat mahasiswa tidak merasa terbebani ketika mengakses materi agama di media sosial. Di sisi lain, penggunaan unsur audio visual seperti teks, musik, dan ilustrasi juga membantu mahasiswa lebih mudah memahami isi pesan yang disampaikan.

Hal tersebut sesuai dengan karakteristik konten dakwah di TikTok yang menggabungkan unsur gambar, suara, teks, dan interaksi digital sehingga pesan agama menjadi lebih menarik dan mudah diterima pengguna.[29] Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi salah satu ruang baru dalam penyebaran dakwah di era digital.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mahasiswa tetap menyadari perlunya sikap selektif dalam menerima informasi keagamaan dari media sosial. Beberapa mahasiswa mengaku tidak langsung mempercayai seluruh isi konten yang mereka tonton dan berusaha membandingkannya dengan sumber lain apabila pembahasannya dianggap sensitif atau menimbulkan perbedaan pendapat.

---

[28] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Edisi Revisi (Jakarta: Kencana, 2019), 318–324.

[29] "Understanding the Popularity and Affordances of TikTok Through User Experiences," *Journal Media, Culture & Society* 45, no. 8 (2023): 1561–1564.

Sehingga dapat dipahami bahwa akses mahasiswa PAI angkatan 2022 terhadap konten keagamaan di TikTok tergolong cukup tinggi, baik melalui pencarian secara langsung maupun melalui rekomendasi algoritma aplikasi. Kehadiran TikTok sebagai media dakwah digital memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memperoleh informasi dan wawasan keagamaan secara praktis, meskipun tetap diperlukan sikap kritis dalam memahami isi konten yang diterima melalui media sosial.

**2. Peran Media Sosial TikTok terhadap Religiositas Mahasiswa PAI**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan terhadap mahasiswa PAI angkatan 2022 UIN Antasari Banjarmasin, ditemukan bahwa konten keagamaan di TikTok memiliki peran terhadap religiositas mahasiswa dalam berbagai aspek. Pengaruh tersebut tidak hanya terlihat pada peningkatan pengetahuan agama, tetapi juga berkaitan dengan penguatan keyakinan, praktik ibadah, pengalaman spiritual, hingga pengamalan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam penelitian ini, pembahasan mengenai peran konten keagamaan TikTok terhadap religiositas mahasiswa dianalisis menggunakan teori dimensi religiositas Glock dan Stark yang meliputi dimensi keyakinan (*belief*), praktik keagamaan (*religious practice*), pengalaman keagamaan (*religious experience*), pengetahuan agama (*religious knowledge*), dan dimensi konsekuensi atau pengamalan (*religious effect*). Melalui kelima dimensi tersebut, dapat dipahami bagaimana konten dakwah di media sosial berperan dalam kehidupan religius mahasiswa PAI angkatan 2022.

**a. Dimensi Keyakinan (*belief*)**

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa konten keagamaan di TikTok memiliki peran terhadap dimensi keyakinan (ideologis) religiositas mahasiswa PAI angkatan 2022 UIN Antasari Banjarmasin. Peran tersebut terlihat melalui munculnya kesadaran religius, penguatan keimanan, serta refleksi spiritual setelah mahasiswa mengakses berbagai konten dakwah di TikTok. Meskipun tidak sampai mengubah keyakinan secara mendasar, konten-konten keagamaan yang diakses mahasiswa mampu memperkuat pemahaman dan kesadaran mereka terhadap nilai-nilai agama yang telah diyakini sebelumnya.

Sebagian besar responden mengungkapkan bahwa konten dakwah di TikTok sering kali menjadi pengingat tentang hubungan manusia dengan Allah, kewajiban agama, dosa, serta kehidupan akhirat. Konten yang membahas kematian, pengingat akhirat, maupun refleksi kehidupan dianggap mampu memunculkan rasa takut melakukan larangan agama dan meningkatkan kesadaran untuk lebih menjaga perilaku sehari-hari. Dalam hal ini, TikTok tidak diposisikan sebagai sumber utama pembentukan keyakinan, melainkan sebagai media yang memperkuat keyakinan dan kesadaran religius yang telah dimiliki mahasiswa sebelumnya.

Temuan tersebut sejalan dengan teori religiositas menurut Glock dan Stark yang menjelaskan bahwa dimensi keyakinan (belief) berkaitan dengan penerimaan individu terhadap ajaran-ajaran pokok dalam agama yang

dianutnya.[30] Dalam Islam, dimensi keyakinan berhubungan dengan aspek akidah yang mencakup keimanan kepada Allah Swt., malaikat, kitab-kitab Allah, rasul, hari akhir, serta qadha dan qadar.[31] Keyakinan tersebut menjadi landasan utama dalam membentuk sikap dan perilaku keberagamaan seseorang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten keagamaan di TikTok mampu memperkuat kesadaran mahasiswa terhadap ajaran-ajaran agama yang sebelumnya telah mereka pahami. Ketika mahasiswa menonton konten yang membahas dosa, kematian, dan kehidupan akhirat, muncul proses refleksi diri yang mendorong mereka untuk lebih berhati-hati dalam bertindak dan lebih sadar terhadap hubungan spiritual dengan Allah Swt. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana penguatan nilai-nilai religius pada aspek keyakinan.

Temuan penelitian ini juga sesuai dengan konsep religiositas dalam perspektif Islam yang menjelaskan bahwa religiositas tidak hanya berkaitan dengan keyakinan terhadap ajaran agama, tetapi juga mencakup penghayatan terhadap nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.[32] Konten dakwah yang tersebar di TikTok dalam penelitian ini tidak hanya memberikan tambahan wawasan keagamaan, tetapi juga membantu mahasiswa

---

[30] Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiositas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, 18.

[31] Lisya Chairani, Supra Wimbarti, Subandi, dan Sunu Wibirama, "Uji Validitas Konstruk *The Centrality of Religiosity Scale* (CRS-15) Pada Sampel Muslim," *Psikobuletin: Jurnal Buletin Ilmiah Psikologi* 4, no. 2 (2023): 125–136.

[32] Jalaluddin, *Psikologi Agama*, ed. revisi, 295–300.

merefleksikan kembali kualitas keimanan dan hubungan mereka dengan Allah Swt.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengaruh konten keagamaan terhadap dimensi keyakinan berbeda-beda pada setiap mahasiswa. Sebagian mahasiswa merasakan pengaruh yang cukup kuat dalam bentuk peningkatan kesadaran spiritual, sedangkan sebagian lainnya menilai bahwa konten keagamaan hanya memberikan tambahan perspektif dalam memahami persoalan kehidupan dari sudut pandang agama. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, tingkat intensitas akses konten keagamaan, serta cara masing-masing mahasiswa dalam memahami pesan dakwah yang diterima melalui media sosial.

**b. Dimensi Praktik (*religious practice*)**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa PAI angkatan 2022, keberadaan konten keagamaan di TikTok turut memberikan pengaruh terhadap praktik keagamaan mahasiswa, khususnya dalam pelaksanaan ibadah sehari-hari. Pengaruh tersebut terlihat dari munculnya kesadaran untuk memperbaiki kualitas ibadah, seperti lebih tepat waktu dalam melaksanakan salat, memperbanyak doa, membaca al-Qur'an, maupun menambah amalan-amalan sederhana lainnya setelah menonton konten dakwah tertentu di TikTok.

Sebagian mahasiswa mengaku bahwa konten yang berisi pengingat salat, keutamaan ibadah, maupun nasihat tentang akhirat sering kali memunculkan rasa tersadar ketika mulai lalai terhadap kewajiban agama.

Dalam kondisi tertentu, konten tersebut bahkan menimbulkan rasa bersalah sehingga mendorong mahasiswa untuk kembali memperhatikan ibadah yang sebelumnya mulai diabaikan karena kesibukan kuliah ataupun aktivitas lainnya.

Keadaan tersebut menunjukkan bahwa konten dakwah di TikTok tidak hanya berhenti pada penyampaian informasi agama, tetapi juga mampu memengaruhi kesadaran mahasiswa dalam menjalankan praktik keagamaan. Hal ini sesuai dengan teori Glock dan Stark yang menjelaskan bahwa dimensi praktik keagamaan (*religious practice*) berkaitan dengan pelaksanaan berbagai bentuk ibadah dan aktivitas keagamaan sebagai wujud kepatuhan individu terhadap ajaran agama yang dianutnya.[33] Dalam Islam, praktik keagamaan dapat diwujudkan melalui pelaksanaan salat, membaca al-Qur'an, berdoa, berzikir, maupun aktivitas ibadah lainnya.[34]

Melalui konten-konten dakwah yang singkat dan mudah dipahami, TikTok menjadi media yang cukup efektif dalam menghadirkan pengingat keagamaan di tengah aktivitas mahasiswa. Penyampaian pesan agama yang ringan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari membuat mahasiswa lebih mudah menerima isi pesan yang disampaikan. Beberapa responden bahkan mengaku bahwa motivasi untuk memperbaiki ibadah sering muncul secara spontan setelah melihat konten yang membahas pentingnya menjaga salat atau mengingat kematian.

---

[33] Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiositas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, 18–19.

[34] Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiositas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, 19.

Namun hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengaruh tersebut belum sepenuhnya bersifat tetap dan konsisten. Sebagian mahasiswa mengakui bahwa semangat beribadah yang muncul setelah menonton konten keagamaan terkadang hanya berlangsung sementara. Ada kalanya motivasi tersebut meningkat dalam beberapa waktu, tetapi kemudian menurun kembali apabila tidak disertai kesadaran dan komitmen pribadi yang kuat.

Hal tersebut memperlihatkan bahwa media sosial pada dasarnya hanya berperan sebagai sarana pendukung dalam meningkatkan praktik keagamaan mahasiswa. Keberlanjutan perubahan perilaku ibadah tetap dipengaruhi oleh faktor internal individu, lingkungan sosial, serta kebiasaan religius yang dimiliki masing-masing mahasiswa. Dengan kata lain, TikTok dapat menjadi pemicu munculnya motivasi beribadah, tetapi tidak sepenuhnya menentukan konsistensi praktik keagamaan seseorang.

Pengaruh terhadap dimensi praktik keagamaan juga memperlihatkan bahwa dakwah digital melalui TikTok mampu menghadirkan pendekatan keagamaan yang lebih dekat dengan generasi muda. Karakteristik TikTok yang berbasis video pendek, audio visual, dan interaktif menjadikan pesan-pesan keagamaan lebih mudah diterima dibandingkan penyampaian yang terlalu panjang dan formal.[35] Kondisi tersebut menyebabkan mahasiswa lebih sering terpapar pengingat-pengingat ibadah secara tidak langsung dalam aktivitas penggunaan media sosial sehari-hari.k

### c. Dimensi Pengalaman (*religious experience*)

[35] Andreas Schellewald, "Understanding the Popularity and Affordances of TikTok Through User Experiences," *Journal Media, Culture & Society* 45, no. 8 (2023): 1561–1564.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten keagamaan di TikTok tidak hanya memberikan pengaruh pada aspek pengetahuan dan ibadah mahasiswa, tetapi juga menghadirkan pengalaman emosional dan spiritual tertentu. Beberapa mahasiswa mengaku pernah merasakan ketenangan, tersentuh secara batin, hingga muncul perasaan lebih dekat dengan Allah setelah menonton konten dakwah yang berkaitan dengan kehidupan, ujian hidup, dosa, maupun kematian.

Menariknya, pengalaman tersebut umumnya muncul bukan karena mahasiswa memang sedang mencari konten religius secara khusus, melainkan karena isi konten yang muncul di TikTok terasa relevan dengan kondisi yang sedang mereka alami. Ketika berada dalam keadaan lelah, memiliki banyak pikiran, atau menghadapi masalah tertentu, sebagian mahasiswa merasa bahwa konten keagamaan yang mereka tonton seolah menjadi pengingat dan penguat secara emosional.

Dalam beberapa wawancara, mahasiswa juga menyampaikan bahwa konten bertema kesabaran, takdir, dan pengingat akhirat sering kali menimbulkan rasa tenang setelah menontonnya. Ada pula yang mengaku menjadi lebih banyak melakukan introspeksi diri setelah melihat konten yang membahas kematian atau dosa. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, dapat menghadirkan pengalaman religius yang bersifat personal melalui pesan-pesan dakwah yang diterima pengguna.

Hal ini sejalan dengan teori religiositas Glock dan Stark yang menjelaskan bahwa dimensi pengalaman keagamaan (*religious experience*)

berkaitan dengan pengalaman batin dan perasaan religius yang dirasakan individu dalam hubungannya dengan Tuhan.[36] Pengalaman tersebut dapat berupa rasa tenang, takut kepada Tuhan, merasa dekat dengan Allah, maupun kesadaran spiritual yang muncul dalam kondisi tertentu.

Dalam konteks penelitian ini, pengalaman religius mahasiswa muncul melalui proses emosional setelah menerima pesan-pesan keagamaan di media sosial. Konten dakwah yang disampaikan secara sederhana, singkat, dan menyentuh membuat pesan lebih mudah diterima secara emosional oleh mahasiswa. Penyampaian yang dekat dengan realitas kehidupan sehari-hari juga menyebabkan mahasiswa merasa bahwa isi konten tersebut berkaitan dengan pengalaman pribadi mereka sendiri.

Selain itu, pengalaman religius yang dirasakan mahasiswa memperlihatkan bahwa dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian ilmu agama, tetapi juga dapat menjadi media penguatan psikologis dan spiritual. Pada situasi tertentu, mahasiswa merasa memperoleh ketenangan batin dan dorongan untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah setelah menonton konten keagamaan di TikTok. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial mampu menghadirkan ruang refleksi spiritual di tengah aktivitas kehidupan mahasiswa yang cukup padat.

Meskipun pengalaman keagamaan yang dirasakan mahasiswa bersifat subjektif dan tidak selalu sama antara satu individu dengan individu lainnya. Ada mahasiswa yang merasakan dampak emosional cukup kuat setelah

[36] Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiositas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, 20.

menonton konten tertentu, sementara sebagian lainnya menganggap pengalaman tersebut hanya muncul sesekali tergantung suasana hati dan kondisi yang sedang dialami. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh latar belakang pengalaman pribadi, kondisi emosional, serta tingkat penghayatan mahasiswa terhadap pesan agama yang diterima.

Temuan penelitian ini juga memperlihatkan bahwa pengalaman religius melalui media sosial sering menjadi awal munculnya kesadaran untuk memperbaiki diri. Setelah merasa tersentuh oleh suatu konten, beberapa mahasiswa mengaku terdorong untuk lebih memperhatikan ibadah maupun perilaku sehari-hari. Dengan demikian, dimensi pengalaman keagamaan dalam penelitian ini memiliki keterkaitan dengan dimensi religiositas lainnya, terutama praktik keagamaan dan penghayatan nilai-nilai agama.

**d. Dimensi Pengetahuan (*religious knowledge*)**

Berdasarkan hasil penelitian, keberadaan konten keagamaan di TikTok juga memberikan kontribusi terhadap dimensi pengetahuan agama mahasiswa PAI angkatan 2022. Hal tersebut terlihat dari pengakuan beberapa mahasiswa yang merasa memperoleh tambahan wawasan keislaman melalui konten-konten dakwah yang mereka akses di media sosial. Pengetahuan yang diperoleh tidak hanya berkaitan dengan persoalan ibadah, tetapi juga mencakup akhlak, hukum Islam, serta berbagai fenomena kehidupan yang dikaitkan dengan perspektif agama.

Sebagian mahasiswa menganggap bahwa penyampaian materi agama melalui TikTok terasa lebih ringan dan mudah dipahami dibandingkan

penjelasan yang terlalu panjang. Video dengan durasi singkat membuat isi pembahasan lebih mudah diterima, terutama ketika membahas persoalan yang dekat dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa. Konten seperti penjelasan hukum suatu permasalahan, adab dalam pergaulan, pengingat tentang dosa, maupun pembahasan fenomena sosial dari sudut pandang Islam menjadi jenis konten yang cukup sering diakses.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah berkembang tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang belajar informal bagi mahasiswa. Kehadiran berbagai kreator dakwah yang menyampaikan materi agama secara praktis membuat mahasiswa lebih mudah memperoleh informasi keagamaan kapan saja tanpa terbatas ruang dan waktu. Dalam kondisi tertentu, mahasiswa bahkan mengaku lebih tertarik menonton penjelasan singkat di TikTok karena dianggap lebih sederhana dan langsung pada inti pembahasan.

Hal ini sejalan dengan teori yang menjelaskan bahwa dimensi pengetahuan agama (*religious knowledge*) berkaitan dengan tingkat pemahaman individu terhadap ajaran agama yang dianutnya.[37] Pengetahuan tersebut mencakup pemahaman mengenai ajaran dasar agama, ibadah, akhlak, maupun aturan-aturan yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Dalam Islam, pengetahuan agama menjadi bagian penting karena pemahaman terhadap ajaran agama akan memengaruhi cara seseorang bersikap dan berperilaku.

[37] Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiositas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, 20.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sesuai dengan konsep dakwah digital yang menjelaskan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran pengetahuan agama secara lebih luas dan praktis.[38] TikTok sebagai platform berbasis video pendek memungkinkan materi dakwah dikemas secara lebih menarik melalui kombinasi audio, visual, dan bahasa yang sederhana sehingga lebih mudah dipahami oleh generasi muda.

Beberapa mahasiswa juga menyadari bahwa tidak seluruh informasi keagamaan di TikTok dapat diterima begitu saja. Sebagian responden mengaku tetap berusaha memilah dan memverifikasi isi konten yang mereka tonton, terutama apabila pembahasannya berkaitan dengan hukum Islam atau persoalan yang masih menimbulkan perbedaan pendapat. Hal tersebut menunjukkan adanya kesadaran mahasiswa bahwa media sosial memiliki keterbatasan dalam menyampaikan materi agama secara mendalam.

Kondisi tersebut relevan dengan teori yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial sebagai media dakwah juga memiliki tantangan, salah satunya adalah kemungkinan munculnya penyederhanaan materi agama akibat format video yang singkat.[39] Oleh karena itu, mahasiswa tidak hanya dituntut aktif mengakses informasi keagamaan, tetapi juga perlu bersikap kritis dalam memahami sumber dan isi pesan yang diterima melalui media sosial.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa tambahan pengetahuan agama yang diperoleh mahasiswa melalui TikTok sering kali menjadi pemicu

[38] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Edisi Revisi, 374–378.

[39] Ahmad Zaini dan Dwy Rahmawati, "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial di Era Media Baru," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 8, no. 1 (2021): 162–172.

munculnya rasa ingin tahu yang lebih besar terhadap suatu pembahasan agama. Ada mahasiswa yang kemudian mencari penjelasan lebih lanjut melalui kajian lain, membaca referensi tambahan, atau berdiskusi dengan teman setelah melihat konten tertentu di TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi pintu awal dalam meningkatkan ketertarikan mahasiswa terhadap pembelajaran agama.

**e. Dimensi Pengamalan (*religious effect*)**

Selain memberikan pengaruh pada aspek keyakinan, ibadah, pengalaman spiritual, dan pengetahuan agama, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa konten keagamaan di TikTok turut memengaruhi dimensi konsekuensi atau pengamalan religiositas mahasiswa PAI angkatan 2022. Pengaruh tersebut terlihat dari adanya upaya mahasiswa untuk menerapkan nilai-nilai agama dalam sikap dan perilaku sehari-hari setelah mengakses berbagai konten dakwah di media sosial.

Beberapa mahasiswa mengaku bahwa setelah sering melihat konten keagamaan tertentu, mereka menjadi lebih berhati-hati dalam bertindak maupun berbicara. Konten yang membahas akhlak, adab pergaulan, pentingnya menjaga ucapan, hingga hubungan sesama manusia membuat sebagian mahasiswa merasa perlu mengevaluasi perilaku diri sendiri. Meskipun perubahan yang dirasakan tidak selalu besar, mahasiswa mengakui adanya dorongan untuk menjadi pribadi yang lebih baik dibanding sebelumnya.

Dalam beberapa wawancara, mahasiswa juga menyampaikan bahwa konten dakwah di TikTok sering menghadirkan pesan-pesan sederhana yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Justru karena penyampaiannya ringan dan mudah dipahami, pesan tersebut terasa lebih mudah diingat dan diterapkan dalam kehidupan. Misalnya, ketika melihat konten tentang pentingnya menghormati orang tua, menjaga pergaulan, atau menghindari perilaku yang merugikan orang lain, mahasiswa merasa lebih sadar terhadap sikap yang selama ini dilakukan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi salah satu sarana yang membantu mahasiswa merefleksikan perilaku sosial mereka berdasarkan nilai-nilai agama. Dalam teori religiositas Glock dan Stark, dimensi konsekuensi atau pengamalan (*religious effect*) berkaitan dengan sejauh mana ajaran agama memengaruhi perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari.[40] Dimensi ini menekankan bahwa religiositas tidak hanya terlihat dari keyakinan dan ibadah, tetapi juga tercermin dalam sikap, tindakan, dan hubungan sosial seseorang.

Dalam perspektif Islam, religiositas memang tidak berhenti pada pelaksanaan ibadah ritual semata, melainkan juga mencakup akhlak dan perilaku terhadap sesama manusia.[41] Oleh karena itu, perubahan kecil dalam sikap maupun cara berpikir mahasiswa setelah mengakses konten keagamaan dapat dipahami sebagai bagian dari proses pengamalan nilai-nilai religius dalam kehidupan sehari-hari.

---

[40] Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiositas: Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, 20.

[41] Jalaluddin, *Psikologi Agama*, ed. Revisi, 295–300.

Meskipun demikian, hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengaruh terhadap dimensi pengamalan tidak selalu tampak secara langsung dan signifikan. Sebagian mahasiswa mengaku bahwa mereka lebih sering merasakan efek berupa kesadaran atau dorongan batin untuk memperbaiki diri, sedangkan penerapannya dalam perilaku sehari-hari masih berlangsung secara bertahap. Ada kalanya mahasiswa merasa termotivasi setelah menonton konten tertentu, tetapi belum sepenuhnya mampu mempertahankan perubahan tersebut secara konsisten.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses pengamalan nilai agama tidak terjadi secara instan hanya melalui paparan media sosial. TikTok dalam hal ini lebih berperan sebagai media pengingat dan pendorong kesadaran moral, sedangkan perubahan perilaku tetap membutuhkan kemauan pribadi, lingkungan yang mendukung, serta pembiasaan yang terus dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa mahasiswa tidak sekadar menjadi penerima pasif dari konten yang mereka tonton. Beberapa mahasiswa mulai lebih selektif dalam memilih tontonan, menghindari konten yang dianggap tidak bermanfaat, bahkan berusaha membagikan kembali konten dakwah yang dirasa memberikan nilai positif. Hal tersebut menunjukkan adanya proses internalisasi nilai agama yang secara perlahan memengaruhi cara mahasiswa bersikap di media sosial maupun dalam kehidupan nyata.