

# **PENGARUH DAKWAH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP RELIGIUSITAS MAHASISWA IAI DINIYAH PEKANBARU**

## **SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S1)  
Pada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam  
Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru



Oleh :

**LUX LUIL**  
NIM. 1216.20.2954

**PROGRAM STUDI  
PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH PEKANBARU  
TAHUN 2024/1446 M**

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yang Terhormat,  
Dekan Fakultas Dakwah  
Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Di-

Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, Maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Lux Luil

NIRM : 1216.20.2954

Judul Skripsi : Pengaruh Dakwah Media Sosial TikTok Terhadap Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan, Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, 18 Juli 2024

Mengetahui

**Dosen Pembimbing I**



**Ahmad Maulana Anshori, M.Sos**  
NIDN. 2105039701

**Dosen Pembimbing II**



**Moralely Hendrayani, S.Sos. M.A**  
NIDN. 2107129501

**Ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam**



**Ahmad Maulana Anshori, M. Sos**  
NIDN. 2105039701

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Lux Luil  
NIRM : 1216.20.2954  
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam  
Fakultas : Dakwah  
Institusi : Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul :  
**“Pengaruh Dakwah Media Sosial Tiktok Terhadap Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru”** adalah hasil karya pribadi, tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Pekanbaru, 18 Juli 2024

Yang Menyatakan,

  
**Lux Luil**  
**NIRM. 1216.20.2954**





**INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH PEKANBARU**  
**FAKULTAS DAKWAH**  
كلية الدعوة  
**FACULTY OF DAKWAH**

Jl. K.H. Ahmad Dahlan No. 100 / Jl. Kuwu No. 1 HP. 0811-7069-222 | Website : [www.diniyyah.ac.id](http://www.diniyyah.ac.id) | email : [admin@diniyyah.ac.id](mailto:admin@diniyyah.ac.id)

**. PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor: 010/B-01/PTA/FD-IAIDP/8/2024

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH DAKWAH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP RELIGIUSITAS MAHASISWA IAI DINIYAH PEKANBARU**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LUX LUIL  
Nomor Induk Registrasi Mahasiswa : 1216.20.2954  
Telah diujikan pada : Sabtu, 20 Juli 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**

Ketua Sidang

**Dr. Novi Yanti, MM**  
NIDN. 2124118301

Sekretaris Sidang

**Almaria, S.IP**

Penguji I

**Dr. Hervrizal, MA**,  
NIDN. 2117067502

Penguji II

**Syamsul Rizal, M.Pd.I**  
NIDN. 21090387 01



Pekanbaru, 23 Agustus 2024  
Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru  
Dekan Fakultas Dakwah

**Dr. Hervrizal, MA**  
NIDN. 2117067502

## Abstrak

**Lux Luil (2024) : “Pengaruh Dakwah Media Sosial TikTok Terhadap Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.”**

Penelitian ini dilatarbelakangi pada suatu permasalahan yang berkenaan dengan religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru yang dikaitkan pada intensitas penggunaan media sosial TikTok sebagai media dakwah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Dakwah Media Sosial Tiktok Terhadap Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas dakwah menggunakan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru sebanyak 92 orang dengan teknik pengambilan sampel *purposive random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan observasi. Program olah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *software IBM SPSS for windows* versi 27. Berdasarkan hasil penelitian Dakwah di media sosial TikTok berpengaruh pada tingkat religiusitas mahasiswa dan dari hasil rekapitulasi nilai angket menunjukkan tingkat kepercayaan kepada tuhan terpengaruh dengan kategori sangat kuat serta perolehan nilai rata-rata persentase sebesar 92,39%. Sedangkan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan melalui uji regresi linear sederhana menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara dakwah menggunakan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru dapat dilihat nilai koefisien regresi dari setiap penambahan 1% nilai religiusitas maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,538. Sedangkan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan melalui uji koefisien korelasi terdapat pengaruh antara dakwah menggunakan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Hal ini dapat diketahui dari nilai koefisien korelasi sebesar 0,593 dengan nilai sig 0,01 menyatakan bahwa terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y serta memiliki tingkat korelasi yang kuat. Kemudian pada uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai  $r_{hitung}$  sebesar 0,351 yang mana hal ini menyatakan bahwa pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen sebesar 35,1%. Maka, hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jadi dakwah menggunakan media sosial TikTok (X) berpengaruh pada tingkat religiusitas mahasiswa(Y).

**Kata Kunci :** Pengaruh, Dakwah Media Sosial, TikTok, Religiusitas.

## **Abstract**

### **LUX LUIL (2024) : “The Influence of Da'wah TikTok Social Media of Religiosity of IAI Diniyyah Pekanbaru Students”**

This research is based on the existence of a problem regarding of religiosity of IAI Diniyyah Pekanbaru students related to the intensity by using social media TikTok as a medium for da'wah. The formulation of the problem in this research, the influence of da'wah through social media TikTok on the level of religiosity of IAI Diniyyah Pekanbaru students. The hypothesis in this research is that there is a significant influence between the intensity of da'wah using social media TikTok on the level of religiosity of IAI Diniyyah Pekanbaru students. This research methodology uses a qualitative approach. The sample used in this research are IAI Diniyyah Pekanbaru students with a total of 92 students, using a purposive random sampling technique. Data collection techniques use questionnaires and observation. The data processing program used in this research is IBM SPSS for Windows version 27 software. The results of this research found that da'wah on social media TikTok had an effect on the level of student religiosity, and from the results of the recapitulation of questionnaire scores it was shown that the level of belief in God was affected in category very strong and the average percentage score was 92.39%. Meanwhile, based on the results of the analysis carried out through a simple linear regression test, it is stated that there is a positive influence between da'wah using social media TikTok on the level of religiosity of IAI Diniyyah Pekanbaru students. This can be seen from the regression coefficient value for every 1% addition of the religiosity value, the participation value increases by 0.538. Meanwhile, based on the results of data analysis that has been carried out through correlation coefficient tests, there is an influence between da'wah using TikTok social media on the level of religiosity of IAI Diniyyah Pekanbaru students. This can be seen from the correlation coefficient value of 0.593 with a sig value of 0.01 state that there is a relationship between variable X and variable Y and has a strong level of correlation. The simple linear regression test shows the rcount value of 0.351 indicating that the influence between the independent variable and the dependent variable is 35.1%. Then the test results show that Ho is rejected and Ha is accepted, so da'wah using the social media TikTok (X) influence on the level of student religiosity (Y)

Keywords : Influence, Social Media Da'wah, TikTok, Religiosity.

## MOTTO

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ فَلْيَسْتَجِيبُوا

لِي وَلِيُؤْمِنُوا بِئِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ ﴿١٨٦﴾

“Apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu (Nabi Muhammad) tentang Aku, sesungguhnya Aku dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila dia berdoa kepada-Ku. Maka, hendaklah mereka memenuhi (perintah)-Ku dan beriman kepada-Ku agar mereka selalu berada dalam kebenaran.”

~ Al – Baqarah 186 ~

## PERSEMBAHAN

### ***Bismillahirrahmanirrahim...***

Penulis mengucapkan Alhamdulillah rabbil'Alamiin serta puji dan syukur yang dipanjatkan atas kehadiran Allah Swt.. Yang telah melimpahkan taufik, rahmat dan karunianya serta berbagai nikmat yang telah diberikannya kepada penulis. Sholawat dan salam tak lupa pula penulis curahkan kepada junjungan alam yakni nabi besar Muhammad SAW. Yang telah mengeluarkan kita dari gelapnya kebodohan kepada terangnya cahaya kebenaran. Dengan segala kerendahan hati maka penulis persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berarti sepanjang perjalanan hidup penulis. Dengan keikhlasan dan ketulusan penulis skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kepada Ayahanda tercinta dan pintu surgaku Ibunda tercinta yaitu Bapak Ramli dan Ibu Desmanizar. Terimakasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang telah di berikan kepada penulis. Beliau mungkin tidak memiliki gelar dibelakang namanya namun mereka senantiasa memberikan yang terbaik kepada anaknya, dan tiada henti-hentinya memberikan perhatian dan dukungan serta senantiasa mendoakan penulis, sehingga penulis berhasil menyelesaikan pendidikan sampai jenjang S1. Penulis berharap ayah dan ibu semoga sehat selalu, panjang umur, juga bahagia.
2. Saudara kandung saya Delviandri, Arif Aulia Ramli, Mery Mustika, Salsa Bila, dan Muhammad Ridwan yang turut memberi do'a, motivasi, dan dukungan.
3. Almamater tercinta yaitu Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.

## KATA PENGANTAR

### ***Bismillahirrahmanirrahim...***

Alhamdulillah Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Swt., karena atas rahmat dan karunianya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Hingga, penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh dakwah menggunakan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru” ini dengan baik dan selesai tepat pada waktu yang telah ditentukan guna untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam perolehan gelar S1. Sholawat serta salampun tak lupa pula penulis hadiahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW dan para sahabatnya yang telah memberikan tauladan baik. Sehingga, akal dan fikiran penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, semoga kita termasuk umatnya yang kelak mendapatkan syafa’at dalam menuntut ilmu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis angat menyadari banyaknya kekurangan, baik dari dari struktur dan cara penulisannya. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun guna memperbaiki skripsi ini sangat penulis harapkan.

Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan, baik moral maupun material kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibuk Dr. Novi Yanti, MM. Selaku Rektor IAI Diniyyah Pekanbaru yang telah berusaha dan bekerja keras dalam mengelola lembaga pendidikan IAI Diniyyah Pekanbaru

2. Bapak Dr. Mursal, M. Pd.I selaku Wakil Rektor I, Ibu Refika, M. Pd.I selaku Wakil Rektor II, Bapak Irwan Tutrisno, ME selaku Wakil Rektor III yang telah memberikan bekerja sama untuk membantu mengelola Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.
3. Kepada dewan pimpinan BASNAZ beserta para muzzaki dari masyarakat daerah Riau khususnya Kota Pekanbaru yang telah memberikan kesempatan atas pendidikan selama 4 tahun masa perkuliahan ini.
4. Bapak Dr. Hervrizal, M.A selaku dekan Fakultas Dakwah beserta Istri ibu Raudhatul Jannah yang memberi kesempatan yang berharga, serta banyak memberikan arahan dan masukan selama masa perkuliahan.
5. Bapak Ahmad Maulana Anshori, M.Sos selaku ketua program studi Pengembangan Masyarakat Islam Sekaligus pembimbing I yang telah banyak membantu membimbing serta memberikan arahan dan juga masukan selama masa perkuliahan hingga tahap penyusunan skripsi. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.
6. Ibu Moralely Hendrayani, M.A selaku pembimbing II yang telah membimbing proses penyusunan skripsi dengan memberikan banyak arahan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. Kepada Dosen-dosen di jurusan Pengembangan Masyarakat Islam IAI Diniyyah Pekanbaru yang telah banyak memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir perkuliahan .
8. Kepada sahabat-sahabat Asrama terkhususnya Sahabat Til Jannah yang saya sayangi Ayu Ramadani, Nurahdiat, Nur Laylatun Nahar Lubis, Wilda Rahmah Hasanah yang telah senantiasa memberikan semangat,

mendengarkan curhatan saya, memberikan motivasi, dan yang selalu membantu saya dalam proses perkuliahan hingga semester akhir.

9. Kepada teman seangkatan mahasiswa Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam khususnya angkatan 2020 kelas B, yang telah menemani perjuangan dalam menempuh pendidikan.
10. Kepada teman-teman seperjuangan di asrama basnaz yang telah melalui susah senang di asrama selama menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru yakni Rayhanul jannah, Halimah Tussa'diah, Puja Manjita, Ainun Sakiyah, Mirdayani Piliyang, Elsa Wahyuni, Natulaini Harahap, Akadna Santi Harahap, dan Fira Fitria Rahayu.

Sekian, besar harapan penulis skripsi ini akan bermanfaat terutama kepada penulis dan para pembaca. Semoga usaha dan jasa yang telah dilakukan oleh bapak, ibu dosen serta saudara/i sekalian menjadi amal ibadah yang di ridhoi oleh Allah Swt.. Dan akan dibalas Allah Swt.. Dengan kebaikan yang berlipat-lipat ganda nantinya. ***Aamiin Yaa Rabbal'Alamin.***

Kamis, 18 Juli 2024



**Lux Lui**  
**NIRM.1216.20.2954**

## DAFTAR ISI

<b>Abstrak</b> .....	<b>i</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	2
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penegasan Istilah.....	8
F. Kerangka Berfikir .....	10
G. Hipotesis .....	10
H. Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
I. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
A. Pengaruh Dakwah.....	16
B. Media Sosial TikTok.....	28
C. Religiusitas .....	40

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
A. Pendekatan dan Metode Penelitian .....	49
B. Jenis dan Sumber Data .....	49
C. Populasi dan Sampel.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data .....	51
E. Teknik Analisis Data .....	56
F. Tempat dan Waktu Penelitian.....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
A. Deskripsi Data.....	62
B. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	82
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	92
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>97</b>
A. Kesimpulan .....	97
B. Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Variabel X.....	52
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Variabel Y.....	54
Tabel 3. 3 Skala Likert Jawaban Responden.....	55
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r.....	58
Tabel 3. 5 Tafsiran Determinasi.....	59
Tabel 3. 6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	60
Tabel 4. 1 Jurusan Responden.....	66
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	67
Tabel 4. 3 Kriteria Indikator Angket.....	69
Tabel 4. 4 Respon Frekuensi Mengakses Dakwah Media Sosial TikTok.....	70
Tabel 4. 5 Indikator Akun Dakwah Ustadz Abdul Somad.....	71
Tabel 4. 6 Indikator Akun Dakwah Ustadz Adi Hidayat.....	72
Tabel 4. 7 Indikator Akun Dakwah Ustadz Hanan Attaki.....	73
Tabel 4. 8 Indikator Akun Dakwah Buya Yahya.....	74
Tabel 4. 9 Indikator Akun Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus.....	75
Tabel 4. 10 Respon Kepercayaan Kepada Tuhan.....	77
Tabel 4. 11 Respon Praktik Keagamaan.....	78
Tabel 4. 12 Respon Pengalaman.....	79
Tabel 4. 13 Respon Penghayatan.....	80
Tabel 4. 14 Respon Pengetahuan Keagamaan.....	81
Tabel 4. 15 Uji Validitas Variabel X.....	83
Tabel 4. 16 Uji Validitas Variabel Y.....	84
Tabel 4. 17 Uji Normalitas.....	86
Tabel 4. 18 Uji Linearitas.....	87
Tabel 4. 19 Uji Korelasi.....	88
Tabel 4. 20 Uji Determinasi.....	89
Tabel 4. 21 Uji Anova.....	90
Tabel 4. 22 Uji Hipotesis.....	91

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Pengaruh Dakwah Menggunakan Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. ....	10
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Akun TikTok Ustadz Abdul Somad .....	35
Gambar 2. 2 Akun TikTok Ustadz Adi Hidayat .....	36
Gambar 2. 3 Akun TikTok Ustadz Hanan Attaki.....	37
Gambar 2. 4 Akun TikTok Buya Yahya .....	38
Gambar 2. 5 Akun TikTok Ustadzah Halimah Alaydrus.....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing .....	
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian .....	
Lampiran 3 Surat Angket .....	
Lampiran 4 Tabel Angket Variabel X dan Y .....	
Lampiran 5 Tabel Nama Responden .....	
Lampiran 6 Tabulasi data Variabel X dan Y .....	
Lampiran 7 Uji Validitas dan Reabilitas Variabel X.....	
Lampiran 8 Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Y.....	
Lampiran 9 Output Hasil Uji Hipotesis Melalui SPSS.....	
Lampiran 10 Dokumentasi .....	

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Islam merupakan sebuah keyakinan yang dianut oleh umat muslim yaitu suatu agama dakwah yang selalu mendorong pemeluknya untuk terus aktif dalam melakukan kegiatan berdakwah. Dengan adanya dakwah inilah yang menjadikan agama Islam sebagai mayoritas keyakinan yang dianut oleh masyarakat Indonesia. Terdapat sebanyak 207 juta jiwa yang menganut agama Islam di Indonesia, Sehingga menjadikan agama Islam memiliki persentase tertinggi dari kebanyakan agama yang ada di Indonesia yaitu dengan persentase 87,2%.(Indonesia.go.id, 2023) Dakwah adalah suatu proses yang dilakukan oleh seorang muslim untuk mewujudkan rahmatan lil a'lamin, sehingga agama Islam sudah sepatutnya untuk disebarkan ke seluruh penjuru bumi dan semua umat manusia yang ada. Dalam kegiatan dakwah terdapat unsur-unsurnya yaitu adanya Dai, Materi dakwah, Metode berdakwah, Media dakwah, serta Mad'u agar tujuan dari dakwah dari dakwah Islam itu tercapai untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dakwah dikatakan sebagai sebuah kegiatan pembimbingan yang mendalam, perubahan, penyampaian dan penyebaran ajaran Islam di lingkungan masyarakat. Dakwah juga mencakup makna firman Allah Swt dan sabda Rasulullah SAW Agar umat manusia mengimani ajaran Islam dan menerapkan ajaran yang diyakininya dalam keadaan apapun di kehidupannya dari dakwah inilah akan terlihat bahwa agama bukan hanya berisikan kepercayaan, namun juga sebagai pilar kehidupan seseorang untuk mengatur sistem kehidupan manusia.

Dakwah pada masa Nabi Muhammad SAW merupakan sebuah fenomena yang dahsyat. Nabi Muhammad SAW bisa menjadi pionir di dunia, tidak hanya di kalangan bangsa Arab, tetapi juga di seluruh alam semesta. Nabi Muhammad SAW Proses dakwahnya terbagi menjadi dua periode, yaitu periode Makkah dan Madinah. Kedua periode ini mempunyai strategi dan ciri khas masing-masing, hal ini terlihat dari cakupan hasil yang dicapai oleh Nabi Muhammad SAW pada periode Makkah dan Madinah. Metode dakwah pun mulai mengalami perubahan pada saat itu hingga sekarang. Maka, kian hari semakin bervariasi cara seorang pendakwah (Da'i) dalam melakukan kegiatan dakwah.

Seiring berjalannya waktu pemanfaatan media tradisional dalam menyampaikan dakwah pun dilakukan oleh para Da'i dengan menampilkan dan memasukkan pesan dakwah melalui gamelan, wayang, dan menyelenggarakan silaturahmi Islam seperti di masjid, balai pertemuan, dan rumah ulama. Kemudian berlanjut ke media massa yang dapat diakses, Seperti radio, kaset berisi ceramah agama, siaran ceramah di televisi. Penonton tidak perlu datang langsung untuk menyaksikan langsung ceramah dakwah, namun dapat mendengarkan ceramah dakwah favoritnya dengan melakukan kegiatan tersebut di rumahnya sendiri.

Media massa saat ini telah memasuki era yang disebut sebagai Media Baru (new media). Media baru (new media) merupakan sebutan untuk teknologi informasi dan komunikasi yang baru muncul dengan penggunaan sisten berbasis internet pada periode abad-20 ini. Ciri-ciri media baru adalah dapat diedit, online, padat, interaktif, dan *user-generated content*, dimana isi suatu artikel di Internet dapat ditulis secara publik, hal ini menunjukkan bahwa

konten media Internet dapat ditulis. Tidak lagi dimonopoli hanya oleh mereka yang berkepentingan, tetapi semua pengguna internet dapat mengunduh konten media.(Febriana, 2021)

Tentu saja hal ini memudahkan bagi sebagian orang untuk membantu mereka menambah ilmu keagamaan dan mendapatkan informasi terupdate tentang Islam, Pada masa sekarang hanya dengan melalui sebuah handphone mereka dapat mengakses kajian dari internet maka segala hal yang ingin dicari akan terpaparkan dengan jelas, materi yang didengar dan dilihat dapat diulang berkali-kali tanpa perlu datang ke majlis ataupun menyetel radio dan siaran televisi mereka, Sehingga dengan perkembangan zaman yang terus mendesak seorang pendakwah untuk mengikuti perkembangan zaman dalam menyebarkan ilmu serta kebaikan maka mereka harus lebih update untuk tidak tertinggal dengan berbagai kecanggihan teknologi pada masa kini, Terutama dalam menggunakan media sosial. Hari ini dapat kita lihat bahwasannya media dakwah dalam penyampaian pesan-pesan dakwah sudah banyak sekali, Dimulai dari adanya platform Instagram, Youtube, dan TikTok. Dan salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh para Da'i pada saat ini adalah dakwah melalui aplikasi TikTok.

TikTok merupakan sebuah platform media sosial untuk mengunggah video yang berdurasi lebih singkat dibanding dengan platform yang lainnya, Platform ini telah banyak mendapatkan pengguna bahkan dari kalangan tua, orang dewasa, remaja, dan tak jarang pula anak-anak. Berbagai fitur yang disediakan olehnya membuat orang-orang tertarik untuk menjadikannya sebagai platform untuk menonton konten-konten dan saat ini semakin

banyak bermunculan konten dakwah serta para pendakwah yang memanfaatkan platform TikTok. Dunia dakwah juga menggunakan media sosial untuk mencapai kaum milenial, Jika media sosial dimanfaatkan sebagai media dakwah, Maka kaum milenial tidak akan melihat dakwah sebagai salah satu dari hal yang tidak membosankan untuk diikuti melainkan sebuah hal yang menarik untuk dipelajari. (Allisa & Triyono, 2023)

Saat ini banyak para pendakwah yang memanfaatkan media sosial sebagai media berdakwah salah satunya melalui aplikasi TikTok, Contohnya adalah, Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Syafiq Riza Basalamah, Serta pendakwah wanita yang banyak diminati untuk ditonton dakwah-dakwahnya ialah Ustadzah Halimah Alaydrus. Selain beberapa tokoh di atas, saat ini juga terdapat banyak anak muda yang menjadi influencer dakwah di media sosial seperti Husyain Basyaiban, Agam Fachrul, Hudzaifah Aslam atau lebih dikenal sebagai Zai, Teungku Sakhra dan masih banyak lagi akun-akun yang bertemakan konten dakwah.

Penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah oleh para pendakwah untuk berbagi ilmu sangat mempunyai respon positif. Sehingga statement orang-orang yang menganggap TikTok sebagai aplikasi yang hanya berisi konten video yang tidak bermanfaat kini berubah menjadi aplikasi yang berisikan konten positif salah satunya ialah dakwah untuk menyaingi konten yang tidak bermanfaat tersebut. Tentu saja hal ini menjadi metode penyampaian dakwah yang relevan pada era teknologi saat ini.

Banyaknya pengguna media sosial TikTok yang menjadikan TikTok sebagai media dakwah tersebut tentunya akan berdampak terhadap peningkatan kereligiusan seseorang dalam beragama. Adapun jenis konten

yang diajikan dalam media sosial TikTok diantaranya ialah konten Motivasi, Inspirasi, Nasehat, Hijrah, Sejarah, dan Do'a-Do'a. Menurut Nashori dan Mucharman yang dimaksud dengan agama adalah tolak ukuran pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan ibadah dan aqidah, serta seberapa dalam seseorang menghayati agama yang dianutnya.(Alwi, 2014)

Religiusitas adalah keterikatan manusia dengan agamanya yang merupakan bentuk dari kepatuhan seorang hamba terhadap aturan tuhan. Dalam hal ini penulis telah mengelompokkan tolak ukur dari religiusitas itu sendiri yang berdasarkan pada pendapat Glock and Stark, Mereka berpendapat bahwa dimensi religiusitas terdiri dari lima, yaitu keyakinan kepada tuhan (*religious belief*), Praktik keagamaan (*religious practice*), pengalaman (*religious effect*), Penghayatan (*religious felling*), dan Pengetahuan agama (*religious knowledge*).(Sungadi, 2020)

Pada penelitian ini penulis telah melakukan observasi langsung kepada mahasiswa Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru untuk mempertanyakan bagaimana pandangan mereka tentang konten dakwah yang mereka lihat di aplikasi TikTok. Kemudian penulis mendengarkan tanggapan mereka yang mengatakan bahwa "Menurut pendapat mereka media TikTok membawa dampak negatif dan juga positif bagi penggunanya, adapun sisi positifnya adalah memberikan kemudahan akses berkomunikasi dengan banyak orang, memperluas relasi pertemanan, hingga jarak dan waktu tidak perlu diperhitungkan lagi dan juga sebagai wadah memperlihatkan esensi diri pada duni. serta dengan adanya TikTok memudahkan untuk mengakses berbagai informasi penting salah satunya konten dakwah yang sering sekali masuk di beranda TikTok dan ini cukup

membantu untuk menambah pengetahuan agama. Konten dakwah yang sering dilihat adalah kajian Ustadzah Halimah Alaydrus melalui siaran langsung ustadzah tersebut karena telah mengikuti akun tersebut. Tapi juga ada sisi negatif dari konten dakwah yang ada terkadang menjadi ambigu akibat perbuatan oknum yang tidak bertanggung jawab dengan memanipulasi dan mengeditnya sehingga menimbulkan kesalahpahaman dan perdebatan.”

Berdasarkan pengamatan penulis dengan fakta dilapangan bahwa pada perkembangan zaman sekarang ini yang menunjukkan semakin banyak bermunculan para Da'i melakukan dakwah melalui media sosial. Sehingga hal tersebut menarik banyak orang untuk lebih sering mendengarkan dakwah-dakwah melalui media sosial terutama media sosial TikTok. Bahkan teman-teman mahasiswa yang berkuliah di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru atau Disebut sebagai IAI Diniyyah Pekanbaru rata-rata mereka telah memiliki akun TikTok di smartphone androidnya. Dengan demikian, berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Dakwah Media Sosial TikTok Terhadap Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana Pengaruh Dakwah Media Sosial Tiktok Terhadap Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk Mengetahui Pengaruh Dakwah Media Sosial Tiktok Terhadap Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru

#### **D. Manfaat Penelitian**

Secara umum, tujuan daripada penelitian ini ialah untuk dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang terkait, baik bagi pembaca maupun peneliti sendiri, Berikut adalah manfaat dari penelitian ini :

##### **1. Manfaat Teoritik**

Mencari tahu mengetahui Pengaruh Dakwah Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi peneliti**

Salah satu syarat untuk perolehan gelar sarjana dan mempersembahkan hasil penelitian kepada para pembaca untuk menambah wawasan serta ilmu pengetahuan sebagai bahan acuan dan rujukan di kemudian hari.

###### **b. Bagi kalangan akademisi IAI Diniyyah Pekanbaru**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan pengetahuan sekaligus menjadi referensi bacaan ilmiah

###### **c. Bagi masyarakat**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang Pengaruh Dakwah Menggunakan Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.

## E. Penegasan Istilah

### 1. Pengaruh Dakwah

Menurut Muktaf terdapat sebuah teori yang memiliki persepsi tentang dampak timbal balik dari sebuah media yang digunakan oleh orang-orang. Teori ini disebut sebagai teori SOR ( Stimulus-Organism-Response) yang merupakan komponen sikap, pendapat, tingkah laku, pengetahuan, perhatian dan penafsiran. Teori ini merupakan asumsi yang menyebabkan terjadinya perubahan tingkah laku mengenai kualitas stimulus yang digunakan organisme untuk membentuk suatu perubahan atau respon.(Primadewi et al., 2022)

Pengaruh dalam kamus besar bahasa indonesia artinya adalah sebuah daya yang ada dari diri manusia maupun dari benda untuk memberi perubahan terhadap watak, kepercayaan, dan perbuatan seseorang.(Setiawan, 2023) Sedangkan menurut Surakhmad, Pengaruh adalah kekuatan yang datang dari benda atau dalam diri seseorang sehingga membuat perubahan dan membentuk keyakinan.(Munthe & Lubis, 2022)

Kata dakwah secara bahasa berasal dari bahasa arab yaitu dari kata *da'ā-yad'ū-da'watan* yang artinya memanggil, menyeru, dan mengajak. Sedangkan menurut Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa dakwah adalah seruan untuk mengimani ajaran yang dibawa-Nya dan para rasul-Nya, meneguhkan berita-berita yang disampaikan oleh mereka dan mengikuti perintah-perintah-Nya. Syekh Ali Mahfudz menyatakan bahwa dakwah adalah sebuah ajakan untuk menyeru manusia kepada kebaikan dan Allah Swt.. Hal ini bertujuan sebagai petunjuk untuk menyeru mereka

kepada akhlak yang baik dan melarang mereka mengikuti akhlak yang buruk agar mereka sejahtera di dunia dan di akhirat.(Naja, 2017)

## **2. Media Sosial TikTok**

Media sosial merupakan sebuah media bersosial berbasis layanan internet yang mana untuk mengaksesnya kita memerlukan data dan jaringan internet. Banyak kemudahan bagi penggunanya, hanya dengan sebuah telfon genggam maupun komputer dan data internet semua orang dapat dengan mudah mengakses informasi apapun dari seluruh belahan dunia ini. Sedangkan TikTok merupakan salah satu media sosial video berdurasi singkat yang paling banyak digandrungi oleh kaum milenial pada saat ini, dikarenakan fitur dan kemudahan akses yang diberikan oleh TikTok untuk membuat berbagai macam konten singkat. Dalam platform ini kita bisa mengedit dan memberi filter pada video yang diunggah, Sehingga dengan begitu kian hari platform ini semakin banyak penggunanya.

## **3. Tingkat Religiusitas Mahasiswa**

Menurut Gazalba, Religiusitas baerasal dari bahasa latin "*Religion*" awal kata religio yang mempunyai makna mengikat. Dengan begitu dapat di artikan bahwa setiap agama memiliki aturan-aturan dan kewajiban yang harus ditaati oleh penganutnya. Sehingga dengan aturan inilah yang akan mengikat hubungan antara manusia dengan tuhan nya atau hubungan manusia dengan alam.(Ariana, 2016)

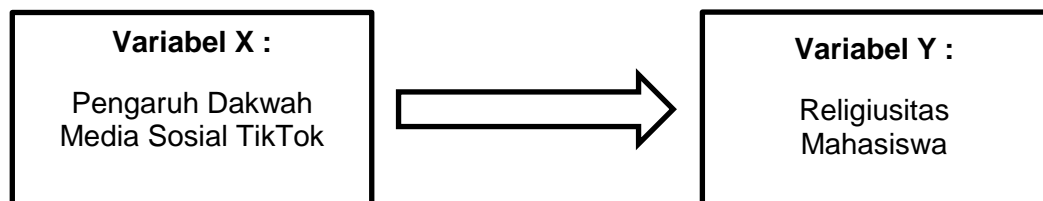
Sehingga dapat dikatakan bahwa religiusitas adalah keyakinan dan hubungan yang mengikat antara manusia dengan tuhan nya, tingkat religiusitas seseorang dapat dilihat dari prilakunya dalam memahami

keyakinannya kepada tuhan. Dari hal tersebut akan tampak perubahan sikapnya terhadap lingkungan alam, manusia dan tuhannya.

## F. Kerangka Berfikir

### Bagan 1. 1

Pengaruh Dakwah Media Sosial TikTok Terhadap Religiusitas Mahasiswa  
IAI Diniyyah Pekanbaru.



## G. Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah jawaban sementara yang di asumsikan pada rumusan masalah penelitian penulis. Hipotesis yang dibuat masih berdasarkan pada teori yang ada dan belum memakai fakta, maka dari itu hipotesis akan menghubungkan antara teori dan observasi. Data diolah memakai SPSS *for windows* versi 27

Rumusan alternative hipotesa (Ha) dan hipotesa (Ho) yang diterapkan pada penelitian ini adalah :

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara Dakwah Menggunakan Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah.

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Dakwah Menggunakan Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah.

## H. Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan terhadap penelitian penulis saat ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Solehudin program studi S1 di Universitas Islam Indonesia Tahun 2022 dengan judul skripsi “Pengaruh Media Sosial Terhadap Kehidupan Religius Mahasiswa PAI 2018 di Universitas Indonesia”. Dalam penelitian ini Solehudin memfokuskan penelitiannya pada bagaimana dampak atau pengaruh positif sosial media terhadap kehidupan religius mahasiswa di Universitas Islam Indonesia PAI 2018 dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif (Solehudin, 2022). Sedangkan Penulis memfokuskan penelitian pada “Pengaruh Dakwah Media Sosial Menggunakan TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.” Perubahan apa yang terjadi pada pemahaman keagamaan mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru dengan menonton konten-konten dakwah melalui media sosial TikTok. Perbedaan yang terdapat antara penulis dengan penelitian terdahulu adalah pada penggunaan media sosial yang lebih spesifik pada platform TikTok sebagai media dakwah dan juga perbedaan tempat penelitian dan objek penelitian penulis.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Anastya Zalfa, Azril Mohsen Esmail, Dkk. Menuliskan judul penelitiannya dalam karya ilmiah Jurnal Dakwah dan Komunikasi yang berjudul “ Dampak Konten Dakwah Media Sosial Terhadap Perkembangan Religiusitas Mahasiswa PAI UNJ” mereka memfokuskan penelitiannya pada dampak konten dakwah yang dilakukan dalam media sosial terhadap tingkat religiusitas mahasiswa

PAI UNJ angkatan 2018-2021 dengan menggunakan metode penekatan kualitatif deskriptif (Zalfa, 2022). Sedangkan Penulis memfokuskan penelitian pada “Pengaruh Dakwah Media Sosial Menggunakan TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.” Perubahan apa yang terjadi pada pemahaman keagamaan mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru dengan menonton konten-konten dakwah melalui media sosial TikTok. Perbedaan yang terdapat antara penulis dengan penelitian terdahulu adalah pada penggunaan media sosial yang lebih spesifik pada platform TikTok sebagai media dakwah dan juga perbedaan tempat penelitian dan objek penelitian penulis.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Lutfiana Allisa dan Agus Triyono mereka menuliskan penelitian yang berjudul “Pengaruh Dakwah di Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak” Pada karya ilmiah Jurnal Ilmu Komunikasi, Dalam penelitian ini mereka memfokuskan penelitian tentang pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah terutama pada media sosial Tiktok dan menganalisis pengaruh dakwah yang diberikan oleh influencer pendakwah seperti husein terhadap tingkat religiusitas remaja di Demak. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebagai acuan untuk mengembangkan data yang ada (Allisa & Triyono, 2023), Sedangkan Penulis memfokuskan penelitian pada “Pengaruh Dakwah Media Sosial Menggunakan TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.” Perubahan apa yang terjadi pada pemahaman keagamaan mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru dengan menonton konten-konten dakwah melalui media sosial TikTok. Perbedaan yang

terdapat antara penulis dengan penelitian terdahulu adalah tempat penelitian dan objek penelitian penulis.

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya maka yang menjadi pembeda antara penelitian penulis dan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian yang penulis lakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya.
2. Dalam penelitian penulis meneliti tentang pengaruh dakwah media sosial menggunakan TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.

#### **I. Sistematika Penulisan**

Pada penelitian ini penulis telah membagi kriteria penulisan dalam lima BAB dengan penjelasan sebagai berikut :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operasional, kerangka berfikir, hipotesis, hasil penelitian terdahulu, terakhir teknik penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Memuat uraian berupa kajian teoritis tentang aspek visual/variabel yang akan diteliti dengan menggunakan teori, konsep, dalil, dan aturan yang berlaku.

##### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada BAB ini terdapat pendekatan dan metode penelitian, jenis dan sumber data, teknik analisis data, informan penelitian, serta tempat dan waktu penelitian.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

BAB ini terdiri dari deskripsi data, pengujian hipotesis peneliti, dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Kemudian BAB terakhir berisikan kesimpulan dan saran.

**DAFTAR PUSTAKA**

Pada bagian ini penulis akan memaparkan daftar semua sumber kepustakaan yang menjadi rujukan penulisan proposal ini.

**LAMPIRAN**

Dalam lampiran akan berisi dokumen tambahan untuk melengkapi dokumen utama.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pengaruh Dakwah**

##### **1. Defenisi Pengaruh**

Kamus besar bahasa Indonesia mengartikan pengaruh sebagai suatu daya dan upaya dari sesuatu baik itu orang ataupun benda untuk membentuk watak, keyakinan atau perangai seseorang. (Setiawan, 2023)

Adapun defenisi pengaruh menurut beberapa ahli diantaranya adalah :

- a. Menurut Muktaf terdapat sebuah teori yang memiliki persepsi tentang dampak timbal balik dari sebuah media yang digunakan oleh orang-orang. Teori ini disebut sebagai teori SOR ( Stimulus-Organism-Response) yang merupakan komponen sikap, pendapat, tingkah laku, pengetahuan, perhatian dan penafsiran. Teori ini merupakan asumsi yang menyebabkan terjadinya perubahan tingkah laku mengenai kualitas stimulus yang digunakan organisme untuk membentuk suatu perubahan atau respon. (Primadewi et al., 2022)
- b. Menurut Yosin, Pengaruh adalah upaya dan kekuatan yang datang dari sesuatu, baik itu manusia maupun benda disekitar lingkungan alam dan mempengaruhi segala sesuatu yang ada disekitarnya.
- c. Menurut Surakhmad, Pengaruh adalah suatu kekuatan yang muncul dari benda atau orang serta dari dalam diri manusia yang dapat membawa perubahan, serta membentuk keyakinan. (Munthe & Lubis, 2022)

- d. Menurut Uwe Becker, Pengaruh merupakan kemampuan yang terus berkembang dan tidak terlalu berkaitan dengan upaya memperjuangkan dan memaksakan kepentingan. Sehingga dapat dikatakan bahwasannya pengaruh adalah tindakan yang dilakukan untuk merubah tanpa adanya unsur keterpakasaan dalam melakukannya.
- e. Menurut Norman Barry, Pengaruh adalah suatu jenis kemampuan untuk melakukan tindakan dengan tujuan tertentu. yang mana tindakan tersebut didorong untuk melakukannya. (Syafni, 2018).

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan pengertian dari pengaruh ialah suatu daya dan upaya dari seseorang maupun benda untuk membuat objek yang dipengaruhi mengikuti perubahan yang akan dilakukan oleh orang atau benda yang mengupayakan perubahan tersebut. Pengaruh juga berasal dari faktor internal dan eksternal manusia, Dengan adanya pengaruh maka perubahan dapat terjadi.

## **2. Defenisi Dakwah**

Dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab dakwah dan kata (*da'a, yad'u, da'watan*) yang artinya sapaan, ajakan, seruan, menjamu serta permohonan Selain itu penggunaan kata “dakwah” juga tidak jarang terjadi di masyarakat Islam khususnya Indonesia. Kata “dakwah” yang artinya berarti “panggilan” atau “seruan”.

Dari pengertian yang mengatakan dakwah adalah panggilan dimaksudkan bahwasannya panggilan seruan kepada islam, dengan mengajak orang lain untuk masuk islam atau mengajak manusia untuk memahami islam. Islam sendiri diktakan sebagai agama dakwah

yang mengandung artian bahwasannya agama ini disebarakan dengan cara yang damai dan tidak dilakukan dengan kekerasan . Sebagaimana Firman Allah Swt. dalam surah Ali-Imran Ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ

الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya : *“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”*(Al-Qur’an Kemenag, 2019)

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwasannya kita sebagai umat muslim haruslah selalu melakukan amal perbuatan baik dengan cara mengajak seseorang kepada jalan kebaikan dan senantiasa berusaha mencegah sesorang untuk melakukan keburukan. Secara terminologi, dakwah berarti mengajak manusia kepada kebenaran, menaati perintah, dan menjauhi larangan guna mencapai kebahagiaan masa kini dan masa depan. Para ulama memberikan berbagai definisi dakwah, sebagai berikut :

- a. Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni, Dakwah berarti memberikan pesan dan mengajarkan agama islam kepada seluruh oran dan mengajaknya untuk sama-sama mengamalkannya di kehidupan nyata.
- b. Toha Yahya Omar, Dakwah adalah mengajak orang-orang kepada jalan kebenaran dengan melakukakan cara-cara yang bijaksana, sesuai dengan perintah Allah Swt., demi kebaikan dan kesenangan bersama di dunia dan di akhirat.(li & Dakwah, 2004)

- c. Pendapat Syekh Ali Mahfuz, Dalam kitabnya Hidayat al-Murshideen, Dakwah menyeru orang-orang untuk selalu melakukan kebaikan dan mengikuti aturan, mengajak manusia untuk juga melakukan kebaikan supaya mendapatkan kebahagiaan nantinya, serta melarang orang lain untuk berbuat keburukan.
- d. Pendapat S.M Nasaruddin Lathif, Dakwah merupakan suatu upaya yang dilakukan melalui lisan atau tulisan untuk mengajak dan menyeru manusia agar taat dan beriman kepada Allah SWT Supaya manusia menjalankan kehidupan sesuai dengan aqidah syariat agama islam, yang berlandaskan pada moral. Dakwah juga dapat dikatakan sebagai seruan untuk mengajak orang lain untuk ikut andil dalam menyebarkan ajaran islam dan nilai-nilai keislaman.
- e. Menurut Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah Untuk mendakwahkan seseorang agar mengimani tuhan semesta alam Allah SWT dan mengikuti agama yang dibawa Rasul-Nya dengan melakukan dakwah dan menaati perintahnya.(Rosidah, 2015)

Dari Pengertian yang telah dikatakan oleh para ahli maka dapat disimpulkan bahwasannya dakwah merupakan kegiatan untuk mengajak, menyeru serta memanggil orang untuk berbuat baik, Dalam Islam sangat dianjurkan bagi seorang muslim agar dapat memiliki sifat *amar ma'ruf nahi munkar*. Seruan dakwah juga harus berlandaskan pada aqidah dan syariat islam baik dakwah yang diserukan kepada orang islam maupun yang bukan orang islam dengan tujuan untuk mendapatkan keselatan dunia dan akhirat.

### 3. Metode Dakwah

Metode merupakan suatu cara yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan, Dakwah merupakan kegiatan untuk mengajak dan menyeru seseorang dalam kebaikan. Sehingga juga diperlukan metode untuk mencapai tujuan dakwah tersebut. Adapun metode dakwah telah terdapat Al-Qur'an surah An-Nahl Ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ قُلِّ

إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : *"Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk."*(Al-Qur'an Kemenag, 2019)

Pada ayat tersebut dikatakan bahwa perintah untuk menyeru manusia kepada Allah Swt. dengan hikmah dan pengajaran yang baik sehingga kita harus melakukan dakwah dengan cara yang paling baik meski dalam perdebatan sekalipun sehingga tidak menyinggung lawan bicara kita. Dan dari ayat diatas terdapat tiga metode dakwah yang dianjurkan untuk dilakukan yaitu sebagai berikut :

#### a. Bil Hikmah

Menurut Muhammad Husen Yusuf, Hikmah dalam dakwah adalah dakwah yang harus disesuaikan dengan kondisi lingkungan sekitar, seperti bahasa dan tingkat pemikiran mad'u. Karena terdapat orang yang memiliki kecenderungan alami terhadap kebenaran dan juga orang yang mebantah atas kebenaran. Dalam pemikirannya, ia rela menerima dakwah, jika dakwahnya adil dan terpenuhi sesuai

proporsinya. Ia mudah menyambut dakwah dan tidak segan-segan mempertahankannya untuk berjuang atas nama Allah Swt., seperti yang telah dilakukan oleh generasi Islam pertama. Mereka tidak segan-segan menerima ajaran Rasulullah.(Aliyudin, 2020)

b. Al Maudzah- Al Hasanah

Dengan pengajaran yang baik (Maw'izhah al-hasanah), berarti dakwah harus dilakukan dengan menggunakan cara-cara yang benar dan baik dan tidak boleh ada unsur paksaan dalam berdakwah, menyakiti dan menyinggung perasaan dalam berdakwah. Sehingga berdakwah dituntut untuk tetap memakai nilai-nilai kemanusiaan. Menurut M. Natsir, Maw'izhah al- Hasanah adalah dakwah yang dapat menyentuh hati dari para Mad'u dan seorang pendakwah bisa menjadi seorang tauladan yang baik. Pada praktiknya Maw'izhah al- Hasanah merupakan dakwah dalam bentuk ucapan yang menyentuh hati dari objek dakwah sehingga para Mad'u dapat mengikuti dan mengamalkan apa saja yang telah didakwahkan kepada mereka.(Prof. Dr. H. Abdullah, M, 2019)

c. Al Mujadalah Al Hasan

Metode ini adalah metode dakwah dengan cara berdebat dengan baik. Berdebatlah dengan adil atau tanpa memermalukan atau mengkritik lawan. Jadi jelas tujuan dakwahnya bukan bersing dengan orang lain tentang siapa yang paling benar dalam sebuah perdebatan, melainkan untuk menanamkan kesadaran ke masyarakat dan memberikan ajaran kebenaran kepada mereka dengan pendapat dan

pemikiran yang dapat meredakan sebuah konflik dalam suatu perselisihan.

Allah SWT memerintahkan untuk menyanggah perkataan dengan cara *ahsan* (terbaik). Sebab sering kali kebenaran yang menjadi perselisihan dan perdebatan, menyinggung perasaan orang, disertai dengan rasa bangga bahkan kesombongan. Dalam keadaan yang seperti itu maka dapat saja menjadi sebuah situasi yang tidak diinginkan. Mereka yang dipanggil kepada kebenaran tidak hanya membenci orang yang menasihatinya, bahkan mungkin mereka membenci kebenaran. Al-Qur'an mengajarkan umat Islam cara terbaik untuk menyangkal pendapat orang lain. Mengharapkan agar tujuan dari dakwah itu tercapai ialah untuk menarik dan mengajak orang-orang ke sisi kebenaran, maka tidak ada perdebatan dan perselisihan, yang mengarah pada keegoisan diri dan perdebatan yang semakin kuat terhadap kebenaran. Berdebat dengan lawan harus didasarkan pada kebenaran, keadilan dan kejujuran, bukan penipuan, kebohongan dan hinaan. (Husna, 2021)

Kemudian terdapat metode yang berupa keteladanan yang baik (*al-qudwah al-hasanah*). Dalam Al-Qur'an disebut dengan "uswah" atau "qudwah", yang mempunyai arti mencontoh orang lain. Baik dalam cara yang buruk maupun baik. Namun contoh yang disebutkan di sini adalah contoh yang dapat dijadikan yang baik dalam bersikap dan berdakwah, yaitu contoh yang baik "uswatun hasanah". Sebagaimana firman Allah SWT yang Terdapat dalam Q.S Al-Ahzab Ayat 21 yaitu :

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ

وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿١١﴾

Artinya : “Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat serta yang banyak mengingat Allah.”(Al-Qur’an Kemenag, 2019)

Maksud yang dapat disimpulkan dari ayat diatas adalah Rasulullah SAW merupakan contoh tauladan yang baik bagi kita, Sehingga ketika melakukan dakwah seseorang telah diberikan contoh tentang bagaimana cara bersikap yang baik yaitu dengan melihat sifat-sifat yang telah ada nabi Muhammad SAW.

Nabi menerapkan metode keteladanan ini sejak awal masuknya islam agar dakwah islam lebih mudah dipahami dan diterima apabila mereka ingin meneladani nabi Muhammad SAW. Metode keteladanan pun banyak dilakukan oleh para Da’i dengan mencontohkan perbuatan dan kelakuan yang teladan sebagai sarana dakwahnya. Tentunya dengan cara yang seperti ini akan lebih efektif dilakukan dalam proses penyebaran dakwah.(Husna, 2021)

#### 4. Media Dakwah

Berdasarkan banyaknya media yang berorientasi dakwah, media dibedakan menjadi dua, yaitu media massa dan nonmedia massa. Sedangkan jika dilihat kaitannya dengan cara penyampaian pesan dakwah, terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu: Pidato, Surat cetak, Audiovisual. Kemudian media dakwah juga dibedakan berdasarkan sifatnya yakni media tradisional dan media modern. Dan jika disusun

berdasarkan kelompok jenis-jenis media, maka media dakwah di kategorikan menjadi 4 jenis yaitu sebagai berikut :

- a. Media Visual, adalah sebuah media yang berupa alat yang digunakan melalui indra penglihatan yang berupa rekaman gambar. Seorang pendakwah yang inovatif tentu tahu bagaimana menggunakan gambar dan foto untuk berdakwah secara efektif dan efisien.
- b. Media Audio, ialah suatu alat yang digunakan untuk mempermudah kegiatan dakwah dengan cara direkam melalui indra pendengaran. Media ini merupakan alat elektronik yang merekam suara pada kaset yang dapat diputar dan diperdengarkan sewaktu-waktu jika diinginkan.
- c. Media audiovisual, adalah sarana komunikasi yang memperlihatkan rekaman video bergambar dan audio dari pesan dan informasi yang meliputi; TV, film, Internet. Media ini sangat efektif digunakan untuk berdakwah karena cakupannya yang luas sehingga meninggalkan pesan keagamaan yang mendalam.
- d. Media cetak adalah media yang menyampaikan informasi melalui surat cetak. Ruang lingkup ini mencakup saluran media; Buku, surat kabar dan majalah. Sebelumnya, para ulama Salafi menggunakan kitab sebagai alat dakwah yang efektif. Buku sebagai alat dakwah lebih dapat bertahan lama dan lebih luas jangkauannya kepada orang banyak serta bertahan dalam ruang dan waktu. Selain itu, buku dapat menjadi sumber untuk menggali sejarah.(Febriana, 2021)

## 5. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur dakwah adalah keseluruhan daripada kegiatan dakwah itu sendiri. Diantaranya yang dikatakan sebagai unsur dakwah yaitu, *Da'i* (orang yang meyebarkan dakwah), *Mad'u* (orang yang menerima dakwah), *Maddah* (bahan dalam berdakwah), *Wasilah* (media yang digunakan ketika berdakwah), Unsur dakwah merupakan komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *Da'i* (penyebaran dakwah), *Thariqah* (Metode dalam berdakwah), dan *Atsar* (Pengaruh dari dakwah tersebut)

- a. *Da'i* (penyebar dakwah), ialah orang yang berdakwah baik itu secara lisan, tertulis maupun melalui perbuatan baik, Semua orang yang menjadi umat nabi Muhammad SAW berhak untuk mengajak dan menyeru orang lain ke jalan kebaikan. Penguasaan pada tata cara penyampaian dakwah haruslah dikuasai oleh seorang *Da'i*. Bahkan seorang *Da'i* diharapkan dapat menolong mencari solusi untuk setiap permasalahan yang terjadi, sehingga manusia senantiasa berada pada jalan kebaikan.
- b. *Mad'u* (penerima khotbah) ialah orang atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah itu sendiri baik itu orang muslim maupun yang bukan orang muslim. Dengan mendakwah ajaran islam kepada orang yang tidak islam adalah sebuah doktrin ketauhidan untuk keimanan mereka kepada tuhan atas karunia-Nya. Begitu juga sebaliknya dakwah yang dilakukan untuk mengajak umat muslim adalah bentuk penguatan kualitas iman, islam dan ihsan.

- c. Maddah (materi dakwah). Materi Dakwah adalah seluruh ajaran agama Islam yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan Hadits. (li & Dakwah, n.d.)
- d. Wasilah (media dakwah), Wasilah merupakan media yang digunakan ketika ingin menyampaikan materi dakwah islam kepada para Mad'u. Biasanya berupa lisan, tulisan, atau lukisan.
- e. Tarekat (petunjuk) ialah suatu metode yang digunakan menggunakan pola pikir untuk mencapai dan melaksanakan tujuan dari dakwah. Metode ini dibutuhkan bagi para pendakwah untuk penyampaian ajaran agama islam sekalipun pesan yang disampaikan mengandung kebenaran. Hal ini dilakukan dengan tujuan membantu para Mad'u agar dapat memahami dan menerima pesan dakwah tersebut dengan baik .(Ahmad & Dalimunthe, 2023)
- f. Atsar (pengaruh dakwah), Atsar merupakan anugrah, sisa, atau tanda yang pengertiannya diambil dari bahasa arab. Atsar (efek) sering disebut hubungan timbal balik yang tercipta dari dawah yang telah disampaikan, Hal ini sangat berperan penting yang terkandung dalam unsur dakwah namun seringkali dilupakan oleh para Da'i ketika berdakwah. Padahal dengan melihat efek yang ditimbulkan dari dakwah dapat diketahui langkah terbaik apa yang akan dilakukan untuk selanjutnya. (li & Dakwah, n.d.)

Unsur-unsur yang ada itulah membentuk sebuah keterkaitan satu sama lain tentang peran penting masing-masing dari satu persatu unsur tersebut. Da'i sebagai penyampai pesan dakwah dan Mad'u sebagai penerima pesan tersebut. Kemudian diperlukan materi dan media yang

dibutuhkan dalam proses penyampaiannya. Dari dakwah tersebutlah para Mad'u bisa mendapatkan petunjuk dan memberikan efek yang timbul dari dakwah itu.

## 6. Tujuan Dakwah

Islam adalah hakikat dari seluruh agama yang benar, yang mensyaratkan pembebasan manusia dari pengaruh hukum dan nilai-nilai manusia dan hanya ketundukan pada hukum Tuhan dan hukum alam. Sebab Islam dibawa oleh Nabi Muhammad SAW dan kepada nabi-nabi sebelumnya. Kehadiran mereka membawa tugas dan tujuan yang sama, yaitu membawa manusia kepada Hukum Tuhan. Dengan kata lain, masyarakat harus kembali kepada al-Islam dengan mengubah hukum dan peraturan syariah yang mengatur kehidupan mereka disemua bidang kehidupan.

Tujuan Dakwah adalah tujuan yang menitik beratkan pada aqidah dengan segala akibatnya. Aqidah sesungguhnya merupakan titik tolak kebaikan dan kesejahteraan seluruh umat manusia. Tujuan Dakwah ini juga untuk menyeru manusia kepada wujud kehidupan yang sempurna, kehidupan dalam wujud dan seluruh perjanjiannya yang utuh. Firman Allah Swt. dalam Qs. Al-Anfal Ayat 24 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ وَاعْلَمُوا

نَ اللَّهُ يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ ﴿٢٤﴾

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah seruan Allah dan Rasul (Nabi Muhammad) apabila dia menyerumu pada sesuatu yang memberi kehidupan kepadamu, Ketahuilah bahwa sesungguhnya Allah membatasi antara manusia dengan hatinya dan sesungguhnya kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan.”* (Al-Qur'an Kemenag, 2019)

Seruan itu berupa diartikan sebagai ajakan untuk beriman, berjihad, petunjuk, serta semua yang berhubungan dengan kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Allah Swt. menguasai hati manusia dan mengarahkannya sesuai kehendak-Nya. Maka, Allah Swt. menghalangi kecenderungan manusia untuk menuruti hawa nafsu, kemudian membimbingnya menuju jalan yang lurus.

Ayat ini dengan jelas menunjukkan tujuan dakwah Islam, yaitu kehidupan yang sempurna, kehidupan dalam segala bentuknya, dan cara pandang mereka. Sayyid Qutb mengatakan bahwasannya terdapat lima hal yang mengantarkan manusia pada kehidupan yang sempurna yaitu :

- a. Aqidah Tauhid, yakni ajaran yang menyeru manusia kepada penyembahan hanya kepada Allah SWT dan melarang segala bentuk kesyirikan..
- b. Seruan untuk melaksanakan perintah Allah SWT. Dan menjalankannya sesuai hukum Allah SWT.
- c. Seruan untuk memeluk fitrah manusia yang tidak lain ialah islam itu sendiri.
- d. Seruan untuk menuju kehidupan yang maju agar manusia dapat hidup bebas dari perbudakan dan peribadahan sesama manusia.
- e. Seruan untuk melakukan jihad, ialah menegakkan dan memperkuat pondasi sistem keislaman di atas muka bumi ini.(Shohib, 2018)

Berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas maka dapat dikatakan bahwasannya tauhid adalah landasan utama dalam islam . Selaras dengan itupun seruan yang akan memandu untuk hamba agar senantiasa

memenuhi kewajibannya kepada tuhan. Menyadarkan manusia untuk untuk paham akan kodratnya dan dapat mencapai kemajuan sosial dan kesejahteraan dalam hidupnya, terakhir merupakan cerminan dari usaha mempertahankan dan menyebarkan nilai-nilai keislaman.

## **B. Media Sosial TikTok**

### **1. Defenisi Media Sosial**

Tahun 2002 Jonathan Abrams dan peter menemukan media sosial *Friendster*, media sosial dikembangkan oleh orang-orang kreatif tak terbendung. Tentunya, ada penemuan luar biasa dari Facebook, yang diluncurkan untuk *university student* pada tahun 2004, dan satu tahun setelah itu muncul media sosial untuk berbagi video yaitu YouTube telah diperkenalkan. Mengingat media sosial seperti YouTube sedang booming, Kemudian banyak media-media sosial berbasis berbagi video namun dengan versi yang lebih singkat seperti, Instagram, TikTok, dan Facebook serta banyak dari media sosial terkini yang bersifat kolaborasi. Beberapa teori ahli yang mengemukakan pengertian dari media sosial, yaitu :

- a. Menurut Mulawarman, Media adalah sarana berkomunikasi, dan sosial adalah perilaku atau interaksi antara seseorang dengan masyarakat sekitar. Oleh karena itu, media sosial terdiri dari dua kata, media dan sosial. Bisa juga dikatakan sebagai media sosial yang merupakan sarana berkomunikasi untuk berinteraksi dengan orang lain.
- b. Van Dijk dalam Setiadi mengatakan platform media yang tertuju terhadap penggunaannya dan memberikan fasilitas dalam melakukan

aktivitas dan kolaborasi disebut sebagai media sosial. Oleh karena itu, media yang digunakan untuk aktivitas dan kolaborasi online adalah media sosial.(Budi et al., 2019)

- c. Menurut Ardiansah dan Maharani, alat atau platform yang digunakan untuk memfasilitasi komunikasi antara pengguna lainnya dan bersifat komunikasi dua arah adalah media sosial.(Nugraha, 2021)

Dari beberapa defenisi di atas peneliti meyimpulkan media sosial merupakan sesuatu media yang menghubungkan antara individu satu dan individu lain melalui sebuah media yang berbasis internet sehingga memungkinkan mereka untuk dapat berkomunikasi jarak jauh, dapat berbagi moment antar pengguna baik itu video maupun foto.

## 2. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik merupakan suatu ciri khas dari sesuatu itu sendiri, adapun Menurut Nasrullah (Dr. Rulli Nasrullah, 2017), media sosial mempunyai banyak jenis lain. Terdapat batasan dan keistimewaan yang hanya dimiliki oleh jejaring sosial yaitu:

- a. *Jaringan media sosial*, terdiri oleh struktur sosial berbentuk jaringan global yang memungkinkan untuk bisa terhubung dengan dunia global. Ciri khas jaringan sosial ialah membentuk jaringan antar penggunanya, sehingga keberadaan jaringan sosial menjamin pengguna terhubung melalui mekanisme teknis.
- b. *Informasi*, merupakan bagian penting karena terdapat aktivitas di media sosial yang menghasilkan konten untuk komunikasi informasi.
- c. *Arsip*, merupakan tanda bahwa informasi bisa diinput, diakses, dan disimpan dimanapun dan kapanpun

- d. *Interaksi*, Ciri utamanya adalah terbentuknya jaringan antara sesama pengguna. Misinya tidak sekedar pertemanan menjadi luas dan meningkatkan interaksi pengguna internet dengan membentuk interaksi sederhana seperti komentar, like, dll. Dapat terjadi di media sosial
- e. *Simulasi sosial*, Media sosial bercirikan dukungan komunitas yang berkelanjutan di dunia maya (virtual). Di media sosial, aturan dan etika juga berlaku bagi pengguna. Interaksi di jejaring sosial mungkin mewakili peristiwa nyata.
- f. *Konten media sosial*, seutuhnya punya pengguna dan didasarkan pada pengguna. User Generated Content menunjukkan bahwa dalam media sosial, selain pengguna dapat membuat konten pribadi, namun dapat melihat konten dari *content creator* lainnya.
- g. *Spread* adalah indikator media sosial lain tidak sekedar memproduksi dan menikmati konten, namun juga aktif mempermudah penyampaian konten yang dikembangkan. (Siregar, 2022)

### **3. Jenis-jenis Media Sosial**

Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein (2010) membagi 6 (enam) jenis media sosial, yaitu:

- a. Kolaborasi atau kerjasama adalah pembuatan konten yang dilakukan beberapa pengguna media sosial dalam waktu bersamaan, sehingga penggunanya dapat izin untuk menghapus, mengedit, dan menambah konten terbaru. Ada pula bentuk kolaborasi yang lainnya seperti bookmark sosial yang mempermudah penggunanya untuk

mengumpulkan dan mengelompokkan tautan-tautan yang ada di internet dalam bentuk grup.

- b. Blog adalah salah satu bentuk media sosial yang terdiri dari susunan kata-kata yang di update dari waktu ke waktu.
- c. Konten adalah media sosial yang berbentuk teks, foto, video, dan slide presentasi dengan tujuan membuat guna menarik pengguna lain dengan konten-konten yang bermanfaat.
- d. Jejaring sosial adalah sebuah platform yang memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi dan berbagi informasi terkini sehingga terbentuklah sebuah hubungan media sosial.
- e. Dunia game virtual ialah sebuah aplikasi yang menampilkan penggunanya dengan menggunakan efek tiga dimensi atau sering disebut sebagai avatar sehingga interaksi dapat terjadi melalui game online.
- f. Dunia sosial virtual adalah kehidupan virtual yang dijalani oleh penggunanya melalui sosial media pribadinya dan bebas untuk berimajinasi menggunakan avatar pribadi pengguna.(Sinaga et al., 2019)

Enam jenis media sosial inilah yang sering digunakan dan dimanfaatkan oleh kebanyakan orang dalam kehidupan sehari-harinya, sehingga dengan adanya media sosial yang seperti itu sangat membantu dan mempermudah pengguna media sosial dalam melakukan interaksi dan berbagi informasi terbaru dengan cepat dan jangkauan yang lebih luas.

#### 4. Fungsi Media Sosial

Aktifitas yang dilakukan melalui media sosial tentunya mempunyai struktur yang terbentuk akibat penggunaannya secara terus menerus. Tahun 2011, Jan H. Kietzmann, Kristopher Hemkens, Ian P. McCarthy dan Bruno S. Silvestre menjelaskan bentuk hubungan yang terjadi di media sosial sehingga terbentuklah fungsi daripada media sosial itu sendiri, diantaranya adalah :

- a. Identitas yang menggambarkan jaringan sosial preferensi identitas penggunanya berdasarkan urutan nama, jenis kelamin, usia, lokasi, serta foto dari pengguna tersebut.
- b. Percakapan yang mempunyai aturan tersendiri dalam bermedia sosial sehingga tidak melanggar aturan yang ada.
- c. Berbagi membantu pengguna untuk bertukar, memberikan, dan menerima konten yang dibuat oleh pengguna lain baik dalam bentuk gambar, teks, maupun video.
- d. Kehadiran menjelaskan apakah pengguna mempunyai akses terhadap pengguna lainnya.
- e. Hubungan yang terbentuk antar pengguna di media sosial.
- f. Reputasi yang membantu seseorang untuk membangun kepercayaan dirinya melalui media sosial, biasanya reputasi bertujuan untuk menunjukkan hal-hal positif yang dimiliki pengguna media sosial. (Sanggabuwana & Andrini, 2018)

#### 5. TikTok sebagai Media Dakwah

TikTok merupakan salah satu media sosial yang populer pada di dunia saat ini. Aplikasi ini memberikan layanan kepada penggunanya

untuk membuat konten video yang berdurasi paling sedikit 15 detik dan paling lama 10 menit dengan berbagai fitur yang menghibur pengguna. Pengguna platform ini dapat membuat konten dan mengeditnya secara langsung di aplikasi tersebut dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur yang mendukung lainnya. Awal mulanya aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan cina yaitu ByteDance, sebelumnya aplikasi ini bernama douyin sampai aplikasi ini berekspansi keluar tingkok dan berganti nama menjadi aplikasi TikTok. Aplikasi ini telah diunduh sebanyak 700 juta kali pertahun 2019 silam. Hal ini membuat aplikasi TikTok melampaui banyak aplikasi populer lainnya seperti Facebook, Twitter, Instagram. Bahkan menjadi aplikasi paling banyak diunduh setelah WhatsApp.

Pada tahun 2018 di Indonesia, aplikasi ini terpilih sebagai aplikasi terbaik di Playstore milik Google. Tak hanya itu, TikTok juga menjadi kategori yang paling menghibur. Aplikasi ini sangat populer di kalangan remaja, balita bahkan orang dewasa yang merasa membutuhkan hiburan. TikTok memiliki fitur tersendiri. Dengan adanya “watermark” untuk setiap video yang di TikTok muembuatnya berbeda dengan aplikasi lain. (Adawiyah, 2020)

Saat ini penyebaran dakwah sudah meluas ke dunia media sosial melalui konten-konten yang telah di buat pada platform TikTok. Sehingga konten yang diunggah bisa menjadi trend di kalangan banyak orang baik yang muda maupun yang tua, yang kebanyakan menggunakan aplikasi ini sebagai hiburan. Konten yang diunggah melalui platform ini sudah seharusnya mampu memberikan informasi dan semangat dengan begitu

terlahirlah para Da'i muda yang berdakwah di platform TikTok. Para Da'i muda kemudian mampu menarik perhatian penonton serta mendapat respon baik dari beberapa kalangan. Hal ini menjadi tanda betapa besarnya pengaruh generasi milenial terhadap dunia dakwah. Salah satu alasan menggunakan aplikasi TikTok sebagai media dakwah karena Platform ini menjadi media dakwah karena banyak penggunanya dari segala penjuru dunia yang memungkinkan penyebaran informasi jauh lebih cepat, konten yang dibuat pun dalam platform ini biasanya lebih singkat dan mudah dipahami. Serta menjadi wadah bertukar pikiran terhadap konten yang sedang hangat dibicarakan. (Shafa Tasya Kamilah et al., 2023)

Dalam hadist shahih Bukhari terdapat sebuah hadist bahwasannya pokok dari agama itu adalah sebuah nasehat, maka seorang muslim hendaknya saling menasehati dalam hal kebaikan. Adapun hadistnya sebagai berikut :

٣٥. حَدِيثُ جَرِيرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ بَايَعْتُ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَلَى السَّمْعِ وَالطَّاعَةِ فَلَقَّنْتَنِي فِيمَا اسْتَطَعْتُ وَالتُّصْحِ لِكُلِّ مُسْلِمٍ أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ فِي: ٩٣ كِتَابِ الْأَحْكَامِ: ٤٣ بَابِ كَيْفَ يَبَايِعُ الْإِمَامَ النَّاسَ

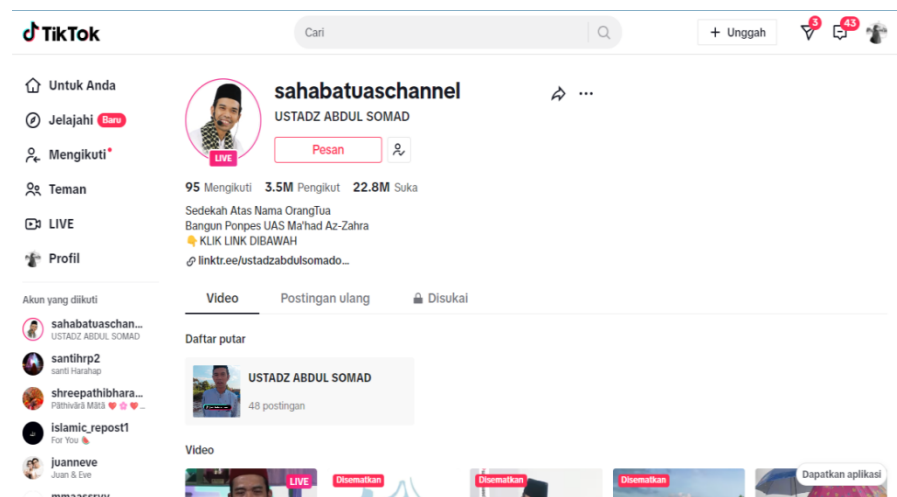
Jarir bin Abdullah Ra. berkata: "Aku telah berbai'at kepada Nabi Saw. untuk mendengar dan patuh, lalu aku dituntun Nabi Saw. untuk menyebut (suatu) kalimat semampuku dan memberi nasihat baik kepada setiap muslim." (Dikeluarkan oleh Bukhari pada Kitab ke-93, Kitab Hukum dan bab ke-43, bab bagaimana seorang imam membai'at manusia). (Muhammad Fu'ad Abdul Baqi, 2017)

Hal ini mungkin saja mendasari para pendakwah di media sosial TikTok untuk menebar kebaikan dengan membuat video-video dakwah

yang membantu dan mempermudah banyak orang untuk mendengarkan dakwah. Beberapa pendakwah yang selalu muncul di media sosial TikTok diantaranya ialah, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Hanan Attaki, Buya Yahya Serta pendakwah wanita yang banyak diminati untuk ditonton dakwah-dakwahnya ialah Ustadzah Halimah Alaydrus dan masih banyak lagi akun-akun yang bertemakan konten dakwah.

## 1. Akun Dakwah Ustadz Abdul Somad

**Gambar 2. 1 Akun TikTok Ustadz Abdul Somad**

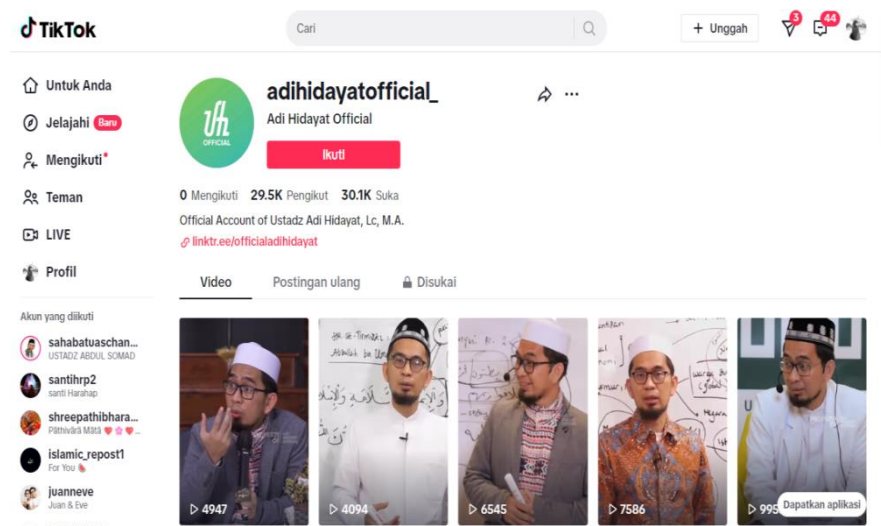


Akun TikTok sahabatuaschannel merupakan akun dakwah yang dibuat oleh Ustadz Abdul Somad melalui media sosial TikToknya, Akun tersebut ia pergunakan untuk menyebarkan ilmu-ilmu agama agar orang-orang dapat mendengarkan dan tetap mendapatkan ilmu walaupun tidak langsung bertatap muka dengannya. Hal ini mempermudah dan memperluas kajian dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad dalam menyebarkan ajaran islam. Akun TikToknya sendiri telah mempunyai pengikut yang sangat banyak yakni sebanyak 3,6 jt pengikut serta sudah mendapatkan Like

sebanyak 23,1 jt. Pemanfaatan mediasosial TikTok sebagai media dakwahnya membawa dampak positif di kalangan masyarakat, dengan beredarnya VT (Video TikTok) kajian dakwah Ustad Abdul Somad menarik banyak orang untuk mendengarkan kajian beliau, bahkan tak jarang pula beliau melakukan siaran langsung pada akunnya tersebut ketika berdakwah.

## 2. Akun Dakwah Ustadz Adi Hidayat

Gambar 2. 2 Akun TikTok Ustadz Adi Hidayat



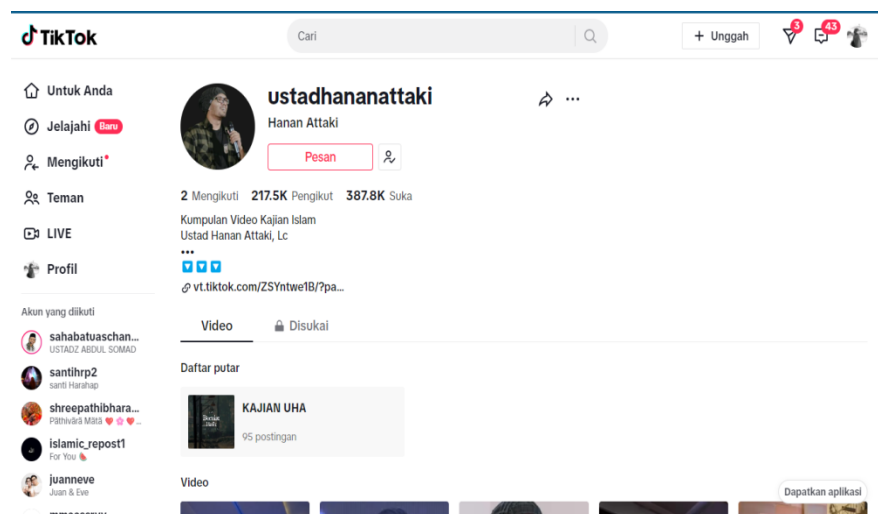
Ustadz Adi Hidayat banyak mengisi ceramah-ceramah agama di berbagai tempat. Jamaah yang mengikuti kajiannya sangat banyak dikarenakan ceramahnya mengenai ke-Islaman sangat mudah dipahami oleh banyak orang. Selain itu video ceramahnya juga banyak ditonton oleh jutaan netizen di media sosial TikTiknya. Bahkan akun TikTok Ustadz Adi Hidayat kini telah memiliki ribuan pengikut. Ustadz Adi Hidayat kerap terlihat memberikan kajian di

beberapa tempat. Penyampaian yang mudah dipahami, membuat para jemaah betah mengikuti kajiannya.

Akun `adhidayatofficial_` adalah nama akun media sosial TikTok ustadz Adi Hidayat yang digunakan oleh beliau untuk menyebarkan ajaran islam serta beliau sering membuat Video TikTok singkat untuk memberikan ilmu pengetahuan agama islam, Akun TikTok beliau sendiri saat ini telah memiliki ribuan pengikut yakni sebanyak 29,8 ribu pengikut dengan jumlah like sebanyak 30,3 ribu.

### 3. Akun Dakwah Ustadz Hanan Attaki

**Gambar 2. 3 Akun TikTok Ustadz Hanan Attaki**

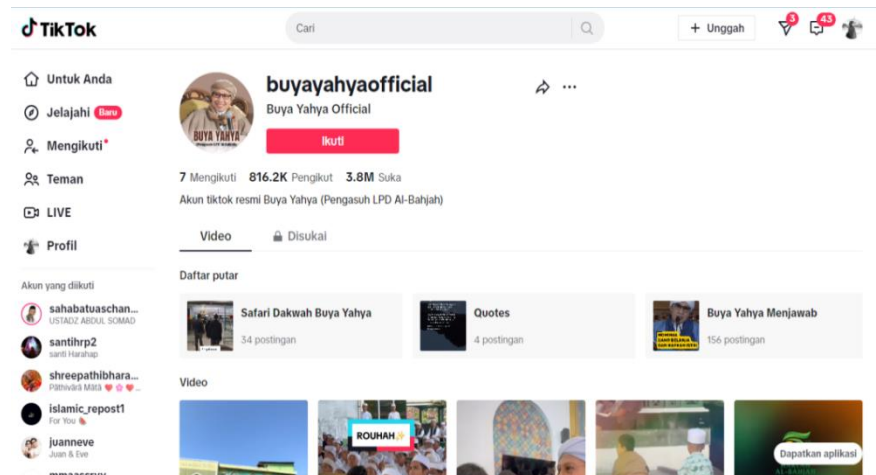


Akun dengan nama `ustadhananattki` merupakan situs media sosial resmi yang dimiliki oleh Ustad Hanan Attaki, yang beliau pergunakan untuk menyebarkan dakwah-dakwah islam dengan mengeshare video-video singkat seputar dakwah islam. Akun TikTok beliau memiliki ribuan pengikut dengan jumlah

pengikutnya sebanyak 217,5 ribu orang dan telah mendapatkan like video sebanyak 387,8 ribu.

#### 4. Akun Dakwah Buya Yahya

**Gambar 2. 4 Akun TikTok Buya Yahya**

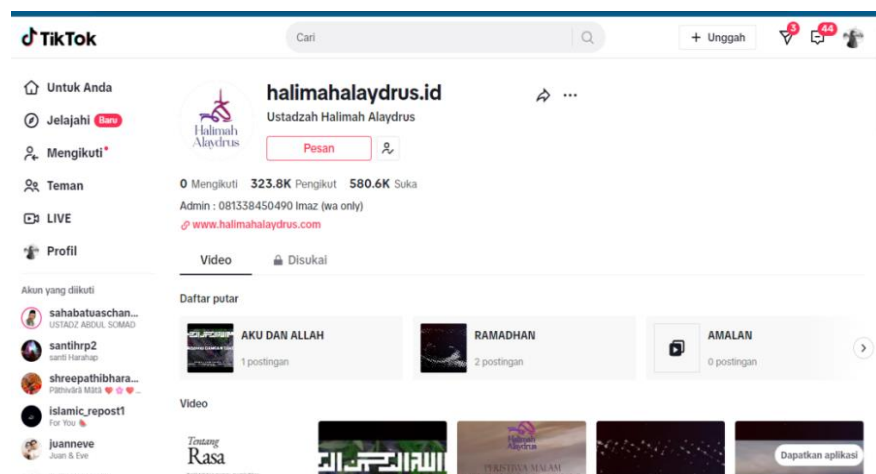


Buya Yahya adalah nama panggilan dari sosok ulama muda kharismatik yang memiliki nama lengkap Yahya Zainul Maarif. Perjalanan dakwah pria kelahiran Blitar yang menghabiskan masa pendidikan dasar menengah umum dan agamanya di kota kelahirannya itu terbilang fenomenal. Setelah menimba dan memperdalam ilmu agama Islamnya di Yaman, dalam waktu yang tidak terlalu lama, perjuangan Buya Yahya menyampaikan dakwah Islam mendapat sambutan yang luar biasa dari masyarakat. Tidak hanya masyarakat Cirebon tempat awal beliau berdakwah. Kini dakwah Buya Yahya terus menyebar secara nasional bahkan internasional.

Akun TikTok yang di gunakan oleh Buya Yahya untuk berdakwah yang bernama buyayahyaofficial diikuti sebanyak 816,2 ribu orang dan mendapatkan like sebanyak 3,8 juta like. buya yahya menggunakan media sosial untuk menyebarkan video dakwah yang dapat dilihat oleh banyak orang sehingga banyak orang yang mendapatkan ilmu dari video-video tersebut.

## 5. Akun Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus

**Gambar 2. 5 Akun TikTok Ustadzah Halimah Alaydrus**



Akun tiktok yang bernama halimahalaydrus.id yang dimiliki oleh ustadzah Halimah Alaydrush yang beliau pergunakan untuk berdakwah dan menghester video-video singkat seputar dakwah islami.akun tiktok beliau di ikuti sebanyak 323,8 ribu orang dan dilike sebanyak 580,6 ribu like,Konten- konten beliau dapat memberikan manfaat untuk banyak orang.

Jadi, jika dakwah dilakukan melalui media sosial tentunya akan mempunyai jangkauan yang lebih luas dan dapat dilihat oleh orang banyak, bahkan jangkauannya tidak hanya mencakup pada satu wilayah

saja namun juga bisa sampai ke luar negeri. Setiap muslim mempunyai hak untuk membantu menyebarkan ajaran dakwah agama islam ke seluruh penjuru bumi dan hal ini sekarang dapat dilakukan melalui konten media sosial TikTok saja.

## **C. Religiusitas**

### **1. Defenisi Religiusitas**

Religiusitas berasal dari bahasa inggris yakni kata religi yang di ubah menjadi religiusita. Sedangkan menurut bahasa indonesia kata religion memiliki dua arti yaitu keberagamaan dan religiusitas. Dimana kata agama itu berakar dari bahasa sanskerta yaitu kata "a" dan "gama" yang mengandung maksud "a" berarti tidak dan "gama" berarti kekacauan, jadi agama adalah adanya aturan sehingga tidak ada kekacauan. (suryadi & Hayat, 2021)

Menurut Gazalba, dalam bahasa latin religiusitas berasal dari kata religio atau religion yang berakar dari kata religure, yang berarti mengikat. Jadi artinya suatu keyakinan yang memiliki aturan dan kewajiban bagi pemeluknya untuk mengikuti dan memenuhi perintah tuhan. Semuanya saling berhubungan untuk menjaga keeratatan hubungan antara manusia dan tuhan dan manusia dengan lingkungan alam.

Ancok dan Suroso mengartikan religiusitas sebagai keberagaman yang artinya mencakup berbagai aspek atau dimensi yang terjadi tidak hanya dalam pelaksanaan ibadah, namun juga ketika melakukan kegiatan sehari-hari. Manusia memiliki kecenderungan pada ketergantungan yang mutlak contohnya seperti ketakutan akan bahaya alam sekitar, dan segala kelemahan atas keterbatasan kemampuannya. Rasa ketergantungan

mutlak inilah yang membuat manusia untuk berusaha mencari sumber kekuatan dari alam sekitarnya untuk dipergunakan dalam hidupnya sebagai kekuatan diluar dirinya yaitu Tuhan.(Ruhamal, 2015)

## 2. Defenisi Religiusitas dalam Al-Qur'an dan Hadist

Kitab Suci Al-Quran diturunkan pada tahun 610 M tepatnya pada tanggal 17 Ramadhan dan mempunyai 3 fungsi yakni sebagai petunjuk, penjelasan serta pembeda antara mana yang benar dan mana yang salah. Ketiga fungsi inilah yang membantu masyarakat untuk menyelesaikan berbagai permasalahan saat ini, yang disebabkan oleh kemajuan zaman yang terus berkembang pesat sehingga mempengaruhi sikap dan gaya hidup masyarakat(Supriadi et al., 2023)

Berdasarkan ketiga fungsi di atas, individu dengan religiusitas yang tinggi akan memiliki jiwa sosial yang tinggi dan keteladan yang baik. Antonio sebagai cendekiawan muslim telah menyatakan bahwa umat islam yang sangat religius akan selalu berusaha untuk mengamalkan islam secara benar yang mencakup semua lingkup kehidupan, baik ibadah maupun muamalah.(suryadi & Hayat, 2021)

Dibawah ini adalah salah satu contoh ayat Al-Qur'an yang menerangkan dan menjelaskan dasar religiusitas terdapat dalam firman Allah Swt. di surah Lukman ayat 17 :

يُبَيِّنْ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَىٰ مَا أَصَابَكَ ۚ إِنَّ

ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ ﴿١٧﴾

Artinya : *“Wahai anakku, tegakkanlah salat dan suruhlah (manusia) berbuat yang makruf dan cegahlah (mereka) dari yang mungkar serta bersabarlah terhadap apa yang menimpamu. Sesungguhnya yang*

demikian itu termasuk urusan yang (harus) diutamakan.”(Al-Qur’an Kemenag, 2019)

Ayat tersebut diatas menjelaskan bahwa seorang individu diajarkan untuk mendirikan sholat sebagai bentuk keyakinan terhadap Allah Swt.. Menyeru manusia untuk berbuat kebaikan dan menjauh dari segala sesuatu yang buruk merupakan bentuk ketaatan manusia terhadap Allah Swt.. Kemudian menyuruh manusia untuk bersabar ketika menghadapi musibah adalah bentuk penghayatan manusia terhadap agamanya. Kemudian Hadist Bukhori dijelaskan pula dasar religiusitas seseorang yakni sebagai berikut ini

٥ . حَدِيثُ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ كَانَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَارِزًا يَوْمًا لِلنَّاسِ فَأَتَاهُ رَجُلٌ فَقَالَ: مَا الْإِيمَانُ قَالَ: الْإِيمَانُ أَنْ تُؤْمِنَ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ وَبِلِقَائِهِ وَبِرُسُلِهِ وَتُؤْمِنَ بِالْبُعْثِ قَالَ: مَا الْإِسْلَامُ قَالَ: الْإِسْلَامُ أَنْ تُعْبُدَ اللَّهَ وَلَا تُشْرِكَ بِهِ وَتُقِيمَ الصَّلَاةَ وَتُؤَدِّيَ الزَّكَاةَ الْمَفْرُوضَةَ وَتَصُومَ رَمَضَانَ قَالَ: مَا الْإِحْسَانُ قَالَ: أَنْ تَعْبُدَ اللَّهَ كَأَنَّكَ تَرَاهُ فَإِنْ لَمْ تَكُنْ تَرَاهُ فَإِنَّهُ يَرَاكَ قَالَ: مَتَى السَّاعَةُ قَالَ: مَا الْمَسْئُولُ عَنْهَا بِأَعْلَمَ مِنَ السَّائِلِ وَسَأُخْبِرُكَ عَنْ أَشْرَاطِهَا إِذَا وَادَّتِ الْأُمَّةُ رَبَّهَا وَإِذَا نَطَّوَلِ رِعَاةُ الْإِبِلِ الْبُهْمُ فِي الْبُنْيَانِ فِي حِمْسٍ لَا يَعْلَمُهُنَّ إِلَّا اللَّهُ ثُمَّ تَلَا النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ) الْآيَةَ: ثُمَّ أَدْبَرَ فَقَالَ: رُدُّوهُ فَلَمْ يَرَوْا شَيْئًا فَقَالَ: هَذَا جِبْرِيلُ جَاءَ يُعَلِّمُ النَّاسَ دِينَهُمْ أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ فِي: ٢ كِتَابِ الْإِيمَانِ: ٣٧ بَابِ سُؤْلِ جِبْرِيلَ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ الْإِيمَانِ وَالْإِسْلَامِ

Abu Hurairah Ra. berkata: "Pada suatu hari ketika Nabi Saw. duduk bersama sahabat, tiba-tiba seseorang datang dan bertanya: Apakah iman itu?' Nabi Saw. menjawab: 'Iman ialah percaya pada Allah, Malaikat-Nya, dihadapkan kepada-Nya, pada Nabi utusanNya, dan

percaya pada hari berbangkit dari kubur.' Lalu ditanya lagi: 'Apakah Islam itu?' Jawab Nabi Saw. 'Islam ialah menyembah Allah dan tidak mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apa pun, dan mendirikan shalat.' Lalu orang itu bertanya lagi: 'Apakah Ihsan itu?' Nabi Saw menjawab: 'Ihsan ialah menyembah Allah seakan-akan engkau melihat-Nya, maka jika engkau tidak melihat-Nya, ketahuilah bahwa Allah melihatmu.' Lalu bertanya lagi: 'Kapanakah hari kiamat?' Jawab Nabi Saw. Orang yang ditanya tidak lebih mengetahui daripada yang bertanya, tetapi aku akan menceritakan padamu beberapa tanda-tanda akan tibanya hari kiamat, yaitu jika hamba sahaya telah melahirkan majikannya, dan jika penggembala unta dan ternak lainnya telah berlomba membangun gedung-gedung, termasuk dalam hal lima perkara yang tidak diketahui kecuali hanya oleh Allah, yang tersebut dalam ayatnya. "Sesungguhnya hanya Allah yang mengetahui, kapan hari kiamat, dan Dia pula yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang di dalam rahim ibu, dan tiada seorangpun yang mengetahui apa yang akan terjadi esok hari, dan tidak seorang pun yang mengetahui di manakah ia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui sedalam-dalamnya." Kemudian orang itu pergi. Lalu Nabi i menyuruh sahabat, Datangkan kembali orang itu Tetapi sahabat tidak melihat jejak orang tersebut. Maka Nabi Saw bersabda: "Dia adalah Malaikat Jibril yang datang untuk mengajarkan agama kepada manusia." (Dikeluarkan oleh Bukhari pada Kitab ke-2, Kitab Iman dan bab ke-37, bab pertanyaan Jibril kepada Rasulullah Saw. tentang iman dan Islam).(Muhammad Fu'ad Abdul Baqi, 2017)

Berdasarkan hadist tersebut diatas dapat dikatakan bahwasannya kereligiuitasan seseorang haruslah percaya bahwasannya Allah SWT adalah tuhan yang patut disembah oleh seorang hamba, serta mampu menjalankan ibadahnya dengan khusuk ketika menghadap sang pencipta. Kemudian terdapat juga pada Hadist Bukhori yang menyatakan kereligiuitasan yang membawa manusia menuju surga, yakni sebagai berikut :

٧. حَدِيثُ أَبِي أَيُّوبَ الْأَنْصَارِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَجُلًا قَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ أَخْبِرْنِي بِعَمَلٍ يُدْخِلُنِي الْجَنَّةَ فَقَالَ الْقَوْمُ: مَا لَهُ مَالُهُ؟ فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: أَرَبٌ مَّا لَهُ فَقَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: تَعْبُدُ اللَّهَ لَا تُشْرِكُ بِهِ شَيْئًا وَتُقِيمُ الصَّلَاةَ وَتُؤْتِي الزَّكَاةَ وَتَصِلُ الرَّحِمَ ذُرَّهَا قَالَ كَأَنَّهُ كَانَ عَلَيَّ رَأِحَتِي أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ فِي: ٧٨ كتاب الأدب: ١٠ باب فضل صلاة الرحم

Abu Ayyub Al-Anshari Ra. berkata: "Ada seorang Baduwi yang menghadang Nabi Saw di tengah jalan, lalu memegang kendali unta tunggangan Nabi Saw dan bertanya: 'Ya Rasulullah, ceritakan kepadaku amal yang bisa memasukkanku ke surga.' Para sahabat :bertanya-tanya: 'Mengapa, mengapa orang itu?' Nabi Saw menjawab 'Ada kepentingannya.' Lalu Nabi Saw menjawab: 'Hendaknya engkau menyembah Allah dan tidak mempersekutukannya dengan apa pun, dan mendirikan shalat, dan menunaikan (mengeluarkan) zakat dan menjalin tali kekerabatan.' Kemudian Nabi Saw berkata padanya: 'Lepaskan kendali unta itu.'" (Dikeluarkan oleh Bukhari pada Kitab ke-78, Kitab Adab dan bab ke-10, bab keutamaan silaturahmi).(Muhammad Fu'ad Abdul Baqi, 2017)

Dari hadist diatas dapat dikatakan juga bahwa seseorang hendaklah in menyembah Allah Swt, Mendirikan sshalat, dan menunaikan Zakat serta menjalin tali silaturahmi, Hal tersebutlah yang dapat mengantarkan seorang muslim menuju surga.

### **3. Dimensi Religiusitas**

Agama Islam sebagai agama yang dianut mayoritas masyarakat Indonesia, memiliki karekteristik yang menunjukkan tingkat kereligiusitan seseorang dalam beberpa dimensi, Glock dan Stark (Ancok dan Suroso, 2001) membagi karakteristik keagamaan menjadi lima kategori. Maka kelima dimensi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Dimensi keyakinan adalah tingkat dimana seseorang menerima dan menerima keyakinan terhadap agamanya. Misalnya kepercayaan terhadap wajib Allah SWT,kebesaran tuhan, adanya malaikat, surga, nabi, dll
- b. Dimensi ritual ialah mengukur sejauh mana seorang hamba melakukan dan memenuhi kewajibannya terhadap agamanya. Contohnya seperti sholat 5 waktu, menunaikan zakat, berpuasa dan haji, dll.
- c. Dimensi penghayatan adalah perasaan religius yangberhubgan dengan perasaan, seperti dekat dengan Tuhan, merasakan kedamaian saat berdoa, dan merasa gembira saat mendengarkan suatu bagian Al-Qur'an atau rasa takut ketika berbuat dosa, atau merasa bahagia saat doanya terkabul, dll.

- d. Dimensi pengetahuan agama adalah tolak ukur pengetahuan yang dimiliki oleh seorang individu serta seberapa paham terhadap ilmu pengetahuan yang dimilikinya terhadap ajaran agamanya.
- e. Dimensi pengalaman ialah perilaku seseorang yang telah dipengaruhi oleh ajaran agamanya pada kehidupan sehari-harinya, contohnya bersedekah, tersenyum kepada orang lain, membantu orang sakit, menjalin silaturahmi dengan baik, dan berlaku jujur dalam kehidupannya(Sungadi, 2020)

Berdasarkan hal di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya seseorang yang religius tidak hanya melakukan satu atau dua dari dimensi tersebut melainkan harus melakukan kelima dimensi tersebut. Agama islam bukan hanya diungkapkan doa, namun dilakukan dalam bentuk aktivitas lain. Sebagai sistem yang komprehensif, Islam mendorong umatnya untuk meyakini keseluruhannya dalam beragama. Maka dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwasannya dimensi religiusitas itu terbagi menjadi 5 bagian yaitu, dimensi keyakinan, dimensi ritual, dimensi penghayatan, dimensi pengetahuan agama, dan dimensi pengalaman. Yang mana dimensi-dimensi ini saling berkaitan satu dengan yang lainnya sebagai satu hal yang mempengaruhi religiusitas manusia.

#### **4. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas**

Thouless menyatakan bahwa religiusitas dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Pendidikan, pengaruh yang dari pendidikan dan lingkungan sosial akan membentuk kondisi keagamaan seseorang, baik pendidikan yang didapat melalui orang tua, atau keadaan lingkungan sekitar.
- b. Pengalaman, hal ini akan sangat berpengaruh terhadap pembentukan sikap religiusitas seseorang yaitu yang berkaitan dengan:
  - 1) Dunia lain yang indah, harmonis, dan baik (faktor alam).
  - 2) Timbul konflik moral (faktor moral).
  - 3) Pengalaman emosional keagamaan (faktor yang mempengaruhi)
- c. Faktor kebutuhan yang disebabkan oleh tidak terpenuhkannya seluruh atau sebagian kebutuhan dari seorang individu, terutama kebutuhan akan rasa aman, cinta, harga diri dan ancaman kematian.
- d. Faktor intelektual, yaitu berbagai permasalahan yang berkaitan dengan proses berpikir verbal, khususnya dalam pembentukan keyakinan keagamaan. (Trisyah & Ansyah, 2020)

Jalauddin berpendapat bahwa ada dua faktor yang memberikan pengaruh terhadap religiusitas seseorang yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti kepribadian dan keadaan mentalnya dan faktor yang berasal dari luar seperti lingkungan keluarga, teman dan juga masyarakat. (Rahmawati, 2016)

Faktor-faktor tersebutlah yang akan mempengaruhi kereligiusitas seseorang terdapat faktor yang berasal dari lingkup pendidikannya yakni tentang bagaimana ia selama ini dididik oleh orang tuanya atau

pendidikan apa yang telah ditempuhnya, faktor lainnya juga berasal dari lingkungan kehidupannya yakni tentang lingkungan seperti apa seseorang hidup an dibesarkan, apakah itu lingkungan yang religius atau lingkungan yang tidak religius. Hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap tingkat pemahaman keagamaan seseorang dan akan tercerminkan melalui prilakunya sehari-hari- kemudian faktor pengalaman tentang bagaimana pengalaman yang telah ia jalani selama hidupnya dan membawa perubahan atas sikap dan sifat dari diri seseorang, dan terakhir faktor intelektual atau faktor yang dipengaruhi melalui pemikiran pribadi dari seseorang untuk menanamkan kesadaran atas dirinya akan keyakinan terhadap agamanya.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Pendekatan dan Metode Penelitian**

Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif yakni sebuah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data melalui sebuah instrumen pengukuran dengan cara menyebarkan kuesioner. Adapun metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono adalah sebuah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang dipakai untuk mempelajari populasi/sampel. Pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak dan pengumpulan datanya menggunakan sebuah instrumen penelitian, penelitian kuantitatif dilakukan untuk menguji dan mengkonfirmasi hipotesis yang terkonfirmasi. (Abdullah et al., 2021)

### **B. Jenis dan Sumber Data**

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian korelasi dan menggunakan sumber data primer yang perolehan dan pengolahan datanya langsung dari penulis tanpa melalui perantara. Adapun pengertian dari jenis penelitian korelasi ialah salah satu metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif dengan tujuan mengidentifikasi sejauh mana suatu faktor berhubungan dengan satu faktor atau lebih yang berdasarkan pada koefisien yang ada (Abdullah et al., 2021)

Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS *for windows* versi 27. Kemudian perolehan sumber data yang berasal dari penulis sendiri dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner kepada mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari orang yang ada dalam kelompok penelitian atau orang yang mempunyai persamaan dalam kelompok tertentu yang telah memenuhi syarat untuk menjadi sumber dalam penelitian berkaitan dengan masalah tertentu. Dengan adanya populasi dengan karakteristik dan kuantitas yang telah ditetapkan oleh penulis maka dapat dilakukan penelitian yang kemudian bisa ditarik kesimpulannya.

Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru yang menggunakan media sosial TikTok untuk menonton konten-konten dakwah. Jumlah keseluruhan mahasiswa yang ada di IAI Diniyyah Pekanbaru, sebanyak 1178 mahasiswa. (Valentino Andressi, 2024)

### 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang adadengan karakteristik yang sama, pengambilan sampel dilakukab apabila ada sebuah populasi yang berjumlah besar sehingga tidak memungkinkan bagi penulis untuk mempelajari dan mengkajinya secara keseluruhan. Disebabkan keterbatasan waktu, tenaga dan juga dana maka seorang peneliti dapat mengambil sebagian sampel dalam jumlah populasi tersebut yang bisa mewakili (*representatif*) populasi untuk menjadi objek kajian peneliti dalam memecahkan masalah tertentu.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Purposive Random Sampling untuk menentukan jumlah sampel. Metode ini

dilakukan dengan memperhatikan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh penulis.(Prof. Dr. Sugiyono, 2022)

Rumus perhitungan besaran sampel yaitu rumus slovin :

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

Keterangan :

n = Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase kesalahan sampel, a = 0,1 (10%)

Sehingga sampel yang dapat diambil :

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

$$N = 1178$$

$$= 1178 / 1 + 1178 (0,1)^2$$

$$= 1178 / 1 + 1178 \times 0,01$$

$$= 1178 / 1 + 11,78$$

$$= 1178 / 12,78$$

$$= 92,1 \text{ diambil sampel sebanyak 92 orang.}$$

## D. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Observasi pada penelitian kuantitatif digunakan untuk standarisasi dan kontrol. Adapun yang dimaksud observasi disini adalah awal mulai untuk melihat fokus penelitian secara lebih mendalam agar dapat berinteraksi secara langsung dengan objek penelitian. (Hasanah, 2017)

## 2. Angket / Kusioner

Menurut Sugiyono, kusioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menanyakan kepada responden serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis.

### a. Kisi- kisi kusioner

Kisi-kisi kusioner adalah deskripsi yang menjelaskan bentuk penyusunan pernyataan berdasarkan ruang lingkup penelitian yang telah ditentukan oleh penulis, Sehingga tes yang akan dilakukan pada uji hipotesis nantinya dapat dilakukan dengan sebenarnya dan tepat sasaran. Berikut penulis jabarkan Kisi-kisi kusioner penelitian Pengaruh Dakwah Menggunakan Media sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru dalam bentuk tabel.

Pertama, dibawah merupakan kisi-kisi kusioner yang berasal dari variabel Dakwah menggunakan media sosial TikTok :

**Tabel 3. 1**

Kisi-kisi Instrumen Variabel X

Variabel	Indikator	No. Item		Jumlah
		+	-	
Dakwah menggunakan	Frekuensi dalam mengakses dakwah di media sosial	1, 2, 3, 4, 5		

media sosial	TikTok			
TikTok	Dakwah Ustadz Abdul Somad	6, 7	8	
	Dakwah Ustadz Adi Hidayat	9, 10	11	
	Dakwah Ustadz Hanan Attaki	11, 12	14	
	Dakwah Buya Yahya	13, 14	17	
	Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus	15,16	20	
Total				20

Pada Tabel 3.1 diatas menunjukkan kisi-kisi angket penelitian penulis pada variabel X yaitu dakwah menggunakan media sosial TikTok, dengan enam indikator yakni frekuensi alam mengakses dakwah di media sosial TikTok, Dakwah Ustadz Abdul Somad, Dakwah Ustadz Adi Hidayat, Dakwah Ustadz Hanan Attaki, Dakwah Buya Yahya, Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus dengan keseluruhan total 20 item pernyataan yang dibagi kedalam dua jenis item yakni item positif dan item negatif.

Kedua, penulis jabarkan pula kisi-kisi kuesioner yang berasal dari variabel penelitian tingkat Religiusitas sebagai berikut :

**Tabel 3. 2**

Kisi-kisi Instrumen Variabel Y

Variabel	Indikator	No. Item		Jumlah
		+	-	
Tingkat Religiusitas	Kepercayaan kepada tuhan	2	3, 6	3
	Praktik keagamaan	4, 16	9	3
	Pengalaman	5, 10, 11, 13,	12,	5
	Penghayatan	7, 8, 17, 19	18	5
	Pengetahuan keagamaan	1, 14, 20	15,	4
Total				20

Tabel 3.2 diatas merupakan tabel yang menunjukkan kisi-kisi angket penelitian penulis pada variabel Y yaitu Tingkat Religiusitas dengan lima indikator penelitian yakni, Kepercayaan kepada tuhan, praktik Keagamaan, Pengalaman, Penghayatan, dan Pengetahuan Agama. Dengan total item 20 pernyataan yang dibagi ke dalam dua jenis item yaitu item positif dan item negatif.

Jadi, setiap indikator penulis memiliki 20 item pernyataan dengan total keseluruhannya sebanyak 40 item pernyataan. Dua tabel tersebut telah menjelaskan isi dan letak penulisan pernyataan untuk setiap indikator penelitian penulis.

**b. Skala Pengukuran Instrumen Penelitian**

Angket atau kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis angket atau kuesioner dengan pernyataan tertutup atau skala likert karena responden harus memberikan hanya satu jawaban yang dianggap benar.(Aryanto, 2018)

Dalam penulisan angket atau kuesioner ini penulis menggunakan sekali likert dengan alternatif jawaban dan nilai yang telah ditentukan sebagai berikut :

**Tabel 3. 3**

Skala Likert Jawaban Responden

<b>Alternatif jawaban</b>	<b>Skor Positif</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor Negatif</b>
Sangat Setuju	5	Tidak Setuju	5
Setuju	4	Kurang Setuju	4
Cukup Setuju	3	Cukup Setuju	3
Kurang Setuju	2	Setuju	2
Tidak Setuju	1	Sangat Setuju	1

Pada tabel 3.3 diatas dapat dilihat alternatif jawaban dari setiap item pernyataan yang telah penulis susun untuk kemudian diberikan nilai skor, Dimana nilai skor yang diberikan diurutkan besarnya berdasarkan jenis item dari pernyataan tersebut.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi ialah suatu bentuk upaya yang dilakukan guna untuk bahan bukti dengan cara pengumpulan dan penyajian dokumen untuk mendapatkan pengetahuan dan informasi dengan cara menyebarkannya kepada pihak-pihak yang memerlukannya.(Anggi, 2020)

## **E. Teknik Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis data jenis statistik parametik dengan menggunakan beberapa cara, yaitu :

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dalam proses analisis data dimaksudkan untuk memastikan validitas instrumen penelitian dapat ditentukan. Dengan kata lain, perangkat ini mampu mengukur sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur benda yang ingin diukur. Sebaliknya suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila dapat digunakan untuk mengukur objek yang sejenis dan menghasilkan data yang serupa. SPSS versi Windows 27.0 digunakan untuk hasil uji validitas (Ir. Syofian Siregar, 2013)

Pengambilan keputusan untuk uji validitas menggunakan taraf nilai signifikansi 0,05% adalah sebagai berikut :

- a. Apabila nilai dari  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan instrumen berkorelasi dengan nilai skor total dan dinyatakan valid.
- b. Apabila nilai dari  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan instrumen tidak berkorelasi dengan nilai skor total dan dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah untuk mengukur ke konsistenan sebuah pernyataan menggunakan alat ukur yang sama, Dengan hipotesis penelitian :

- a.  $H_0$  : tidak ada hubungan antara pengukuran awal dengan pengukuran akhir (tidak reliabel)
- b.  $H_a$  : ada hubungan antara pengukuran awal dan pengukuran akhir (reliabel)(Ir. Syofian Siregar, 2013)

## 3. Uji Linearitas

Uji linearitas ialah uji yang digunakan untuk mencari tahu hubungan antar variabel, apakah terdapat hubungan yang linear atau tidaknya. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika nilai Signifikansi  $>0,05$ , maka ada hubungan yang linear antara variabel bebas dan terikat
- b. Jika nilai Signifikansi  $<0,05$ , maka tidak ada hubungan yang linear antara variabel bebas dan terikat.(Duwi Priyatno, 2017)

## 4. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna untuk mengetahui dan menilai sebaran dari data suatu kelompok, apakah data yang disebar sudah berdistribusi normal atau tidak (Duwi Priyatno, 2017)

### 5. Uji Hipotesis (Korelasi Sederhana)

Pengujian koefisien korelasi sederhana dilakukan untuk mencari tahu arah hubungan antar variabel penelitian. Sehingga dapat diketahui bagaimana hubungan yang ada antara variabel dependen dan variabel independen pada penelitian ini Adapun nilai interpretasi dari nilai r dengan analisis sebagai berikut :

**Tabel 3. 4**

Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0	Tidak ada korelasi antar variabel
>0 – 0,25	Korelasi sangat lemah
>0,25 – 0,5	Korelasi cukup
>0,5 – 0,75	Korelasi kuat
>0,75 – 0,99	Korelasi sangat kuat
1	Korelasi hubungan sempurna positif
-1	Korelasi hubungan sempurna negatif

Jadi secara keseluruhan, penafsiran hasil korelasi melihat pada tiga hal yakni kekuatan hubungan dua variabel, signifikan hubungan, dan arah hubungan.

### 6. Uji Regresi Linear Sederhana

Pengujian ini dilakukan untuk menganalisis data yang diperoleh ketika penelitian dilakukan mengenai pengaruh dakwah menggunakan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Adapun rumus yang digunakan pada pengujian regresi linear sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + Bx$$

Keterangan dari gambar 3.1 adalah sebagai berikut :

Y = Variabel dependen

X = Variabel Independen

a = Nilai intercept yaitu nilai Y saat  $X = 0$

b = Koefisien regresi, yaitu angka yang menggambarkan perubahan nilai rata Y untuk setiap unit perubahan X.

Kemudian, Dalam pengujian regresi linear sederhana akan menunjukkan hasil dari uji determinasi yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X (Dakwah menggunakan media sosial TikTok) dan Variabel Y (Tingkat Religiusitas) (Nisa et al., 2023) yang kemudian hasilnya dapat ditafsirkan melalui tabel berikut ini :

**Tabel 3. 5**

Tafsiran Determinasi

No.	Nilai Determinasi	Tafsiran
1.	0,00 – 0,04	Sangat lemah
2.	0,05 – 0,16	Rendah tapi pasti
3.	0,17 – 0,49	Cukup kuat

4.	0,50 – 0,81	Tinggi atau kuat
5.	0,82 – 1,00	Sangat tinggi atau sangat kuat

Pada tabel 3.5 diatas dapat dilihat bahwa tafsiran yang digunakan untuk setiap rata-rata nilai determinasi yang dihasilkan akan mempunyai tafsiran yang berbeda-beda, Dimulai dari tafsiran sangat lemah sampai ke tafsiran pengaruh sangat kuat.

#### F. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Institut Agama Islam Diniyyah pekanbaru, Berlokasi di Jalan Kuau No.1, Kampung Melayu, Kecamatan Sukajadi, Kota Pekanbaru, Riau 28121.

Sedangkan, Waktu penelitian secara Keseluruhan dimulai dari bulan Januari dan diperkirakan selesai pada bulan Juli. Adapun rincian kegiatannya sebagai berikut :

**Tabel 3. 6**

Tempat dan Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Januari 2024	Februari 2024	Maret 2024	April 2024	Mei 2024	Juni 2024	Juli 2024
1.	Pengajuan Judul Proposal							
2.	Penyusunan Proposal							
3.	Bimbingan Proposal							
4.	Seminar Proposal							
5.	Perbaikan dan Penyusunan Skripsi							

No.	Kegiatan	Januari 2024	Februari 2024	Maret 2024	April 2024	Mei 2024	Juni 2024	Juli 2024
6.	Pengumpulan Data							
7.	Pengolahan Data dan Analisis Data							
8.	Bimbingan Skripsi							
9.	Ujian Sidang Munaqasah							

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Deskripsi Objek Penelitian**

Penelitian ini akan menganalisis tentang Pengaruh dakwah menggunakan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru, yang respondennya adalah mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru dengan jumlah sampel 92 orang dari total keseluruhan mahasiswa sebanyak 1178 orang mahasiswa. (Valentino Andressi, 2024)

##### **a. Sejarah Institut Agama Islam**

Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru merupakan sebuah lembaga pendidikan yang sebelumnya memiliki nama Sekolah Tinggi Agama Islam Diniyyah Pekanbaru didirikan pada tahun 2001. Pada awal mulanya lembaga pendidikan ini hanya memiliki dua bidang pendidikan yaitu jurusan D-2 Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD) dan D-2 Pendidikan Guru Taman Kanak-Kanak (PGTK) kemudian pada tahun 2005 STAI diniyyah beralih status menjadi Strata 1 sesuai dengan undang-undang tahun 2005 tentang guru dan dosen.

Sekolah tinggi agama islam diniyyah pekanbaru pada periode pertamanya dipimpin oleh ibu Rina Rehayati, M. Ag (2002-2005) kemudian kepemimpinannya dilanjutkan oleh bapak Drs. H. Mukhtar Abd. Gani, MH (2005-2014) dan kepemimpinan periode ketiganya di jabat oleh bapak Dr. Mulyadi, M.A (2014-2018). Pada periode

kepemimpinan bapak Dr. Mulyadi, M.A di tahun 2015 untuk pengembangan pendidikan di Sekolah Tinggi Agama Islam Diniyyah Pekanbaru mengusulkan untuk membentuk program studi baru yaitu program studi Pengembangan Masyarakat Islam dan Perbankan Syariah dan pada tanggal 14 september 2015 dua program studi ini secara resmi terbentuk untuk diselenggarakan dan melaksanakan tridharma Perguruan Tinggi. Hal ini sesuai dengan Surat Keputusan Jendral Pendidikan Islam No.5254 tahun 2015

Dua tahun setelah berjalannya program studi Pengembangan Masyarakat Islam dan Perbankan syariah mengajukan akreditasi guna memberikan jaminan bahwa program studi tersebut sudah memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan oleh BAN-PT. Kemudian pada tahun 2017, Sekolah Tinggi Agama Islam Diniyyah Pekanbaru kembali mengajukan program studi baru sebanyak tiga jurusan, yakni Psikologi Islam, Pendidikan Anak usia Dini, dan Ekonomi Syariah. Program studi tersebut mendapatkan perizinan untuk diselenggarakan oleh BAN-PT pada tanggal 27 Maret 2017.

Pada tahun 2018-2022 kepemimpinan STAI Diniyyah Pekanbaru beralih jabatan kepada bapak Dr. Taufik Helmi, M.A, dan dibawah kepemimpinan beliau di tahun 2020 STAI Diniyyah Pekanbaru mulai mengajukan untuk membuka magister Pendidikan Agama Islam Diniyyah Pekanbaru kepada Kementerian Agama Republik Indonesia dan pada tahun 2022 program Magister Pendidikan Agama Islam Diniyyah Pekanbaru mendapatkan izin dari

kementerian agama republik Indonesia. Kemudian kepemimpinan selanjutnya dipimpin oleh ibu Dr. Novi Yanti, MM.

Pada tanggal 26 Desember 2022, STAI Diniyyah Pekanbaru resmi beralih status menjadi Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru. SK peralihan status dilakukan langsung oleh Kasubdit Kementerian Agama Republik Indonesia Pekanbaru, Dr. H. Thobib Al Asyhar, M. Si, di gedung yayasan Diniyyah Pekanbaru dan diterima langsung oleh ketua umum Yayasan Diniyyah Pekanbaru, Dr. Hj. Hasnati, MH, dan Rektor IAI Diniyyah Pekanbaru yang terpilih pada periode jabatan 2022-2026 dengan adanya perubahan status STAI Diniyyah Pekanbaru menjadi IAI Diniyyah Pekanbaru, Maka Pascasarjana STAI Diniyyah Pekanbaru juga berganti nama menjadi Pascasarjana Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru yang beralamatkan di Jl. KH. Ahmad Dahlan No.100 Sukajadi Kota Pekanbaru, Riau 281221.(DINIYYAH, 2023)

**b. Visi, Misi dan Tujuan IAI Diniyyah Pekanbaru**

1) Visi

Menjadi Perguruan Tinggi Unggul Bereputasi di Asia Tenggara dan Berbasis Ilmu Keislaman yang Integratif dan Inovatif di Tahun 2042.

2) Misi

a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengembangan ilmu keislaman berbasis sains teknologi yang unggul dan berdaya saing.

- b) Mengembangkan kerjasama riset ilmu-ilmu keislaman, sains, teknologi tingkat lokal dan nasional.
- c) Menghasilkan lulusan unggul berwawasan keislaman dan berkemampuan tinggi dalam ilmu pengetahuan dan teknologi.
- d) Melakukan pembinaan dan pengembangan profesionalitas dosen dalam lingkungan akademik yang berakhlak mulia.
- e) Membangun Lulusan yang mempunyai keahlian - keahlian untuk menjadi profesional dan entrepreneur di bidangnya.

### 3) Tujuan

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, Institut Agama Islam Diniyah Pekanbaru menetapkan tujuan sebagai berikut:

- a) Menghasilkan lulusan unggul yang berakhlak mulia serta mampu mengintegrasikan ilmu keislaman dengan sains dan teknologi.
- b) Menyiapkan mahasiswa bermutu yang mampu bersaing secara lokal, regional dan nasional.
- c) Melaksanakan riset, praktek lapangan, program magang dan peningkatan profesionalisme lainnya baik berskala lokal maupun nasional.
- d) Melaksanakan pelatihan, workshop, temu ilmiah, guna menyiapkan tenaga dosen yang mampu mengintegrasikan ilmu keislaman dengan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- e) Melaksanakan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat atau (tridharma) perguruan tinggi yang berbasis mutu.

## 2. Deskripsi Responden Penelitian

Dari angket yang disebar oleh penulis maka di dapatkan data responden, sebagai berikut :

### a. Deskripsi Jurusan

Deskripsi jurusan menjelaskan asal jurusan mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru yang penulis fokuskan penelitian ini pada jenjang pendidikan Strata 1 saja. Jadi, Responden penelitian ini berasal dari 3 fakultas yang ada di IAI Diniyyah Pekanbaru, Dimana setiap jurusannya memiliki 2 Program studi. Pertama, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan dengan Program studi Pendidikan Agama Islam dan Pendidikan Islam Anak Usia Dini. Kedua, Fakultas Dakwah memiliki Program studi Pengembangan Masyarakat Islam dan Psikologi Islam. Ketiga, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam mempunyai Program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Berikut ini merupakan tabel penjabaran besaran persentase asal responden penelitian ini :

**Tabel 4. 1**

#### Jurusan Responden

No.	Jurusan	Jumlah	Persen
1.	Pendidikan Agama Islam	48	52,2 %
2.	Pengembangan Masyarakat Islam	17	18,5 %
3.	Perbankan Syariah	14	15,2 %
4.	Ekonomi Syariah	4	4,3 %
5.	Pendidikan Islam Anak Usia Dini	5	5,4 %
6.	Psikologi Islam	4	4,3 %
Total		92	100 %

*Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27*

Dari tabel 4.1 diatas menunjukkan responden penulis berasal dari 6 jurusan yaitu jurusan Pendidikan Agama Islam dengan persentase tertinggi sebanyak 52,2%, Kedua terdapat jurusan Pengembangan Masyarakat Islam dengan persentase sebanyak 18,5%, Ketiga ada jurusan Perbankan Syariah dengan Persentase 15,2%, Keempat ada jurusan Ekonomi Syariah dengan persentase 4,3%, Kelima ada jurusan Pendidikan Islam Anak Usia Dini dengan Persentase 5,4 %, Kemudian Yang Keenam ada jurusan Psikologi Islam dengan persentase 4,3 %.

Maka dalam penelitian ini penulis telah melakukan penelitian pada mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru dengan sampel penelitian yang berasal dari 6 jurusan yang ada di kampus IAI Diniyyah Pekanbaru.

#### **b. Deskripsi Jenis Kelamin**

Responden penelitian penulis ini berasal dari kalangan laki-laki dan perempuan yang berstatus sebagai mahasiswa di IAI Diniyyah Pekanbaru. Adapun besaran persentase yang dapat penulis jabarkan dari jenis kelamin responden penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 2**

Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
1.	Laki-Laki	27	29,3 %
2.	Perempuan	65	70,7 %
Total		92	100 %

*Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27*

Berdasarkan 4.2 tabel diatas dapat dilihat bahwasannya jumlah total responden perempuan sebanyak 65 orang dengan nilai persentase tertinggi 41,4 % dari pada jumlah total responden laki-laki sebanyak 27 orang yang secara keseluruhan nilai persentasenya hanya mencapai 29,3%.

### **3. Deskripsi Data Kuesioner Penelitian**

#### **a. Deskripsi Data Kuesioner Penelitian Variabel X (Pengaruh Dakwah Media Sosial TikTok)**

Deskripsi data penelitian ini akan menggambarkan respon yang diberikan oleh mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru sebanyak 92 orang responden tentang Pengaruh Dakwah Menggunakan Media Sosial TikTok. Data yang akan dijelaskan dan disajikan oleh penulis berupa tabel, Penulis telah membaginya menjadi dua tabel yang sesuai dengan pembagian indikator Pengaruh Dakwah Menggunakan Media Sosial TikTok pada BAB sebelumnya. Yaitu frekuensi dalam mengakses dakwah media sosial TikTok dan Durasi dalam mengakses dakwah media sosial TikTok.

Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian maka dilakukanlah analisis jawaban yang telah diberikan responden terkait pernyataan yang telah diberikan. Pernyataannya terdiri dari 20 item, untuk mengetahui lebih detail tentang pernyataan berasal dari frekuensi dalam mengakses dakwah media sosial TikTok dan Durasi dalam mengakses dakwah media sosial TikTok.

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan maka penulis dapat mengetahui berapa banyak responden yang sudah memilih alternatif

jawaban dan berapa banyak perolehan nilai rata-rata dari setiap pernyataan yang ada. Untuk menerangkan jawaban dari para responden maka penulis dalam hal ini menggunakan perhitungan rata-rata skor dan besaran persentasenya. Adapun kriteria pengukuran yang berasal dari jawaban responden penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 3**  
Kriteria Indikator Angket

<b>Kriteria Indikator Angket</b>		
<b>No.</b>	<b>Persentase (%)</b>	<b>Kriteria</b>
1	0 - 20	Sangat Lemah
2	21 - 40	Lemah
3	41 - 60	Cukup
4	61 - 80	Kuat
5	81 - 100	Sangat Kuat

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat kriteria penilaian angket dimulai dari yang terendah dengan presentase 0-20 hingga yang tertinggi 81-100 masing-masing dari presentase yang ada sudah memiliki kriteria penilaian tersebut.

#### **1) Data Indikator Frekuensi dalam mengakses dakwah media sosial TikTok**

Dibawah ini merupakan tabel penjabar persentase perindikator yang ada dalam variabel X yaitu Frekuensi dalam mengakses dakwah media sosial TikTok :

**Tabel 4. 4**

Respon Terhadap Frekuensi Dalam Mengakses Dakwah Media Sosial Tiktok

<b>FREKUENSI DALAM MENGAkses DAKWAH MEDIA SOSIAL TIKTOK</b>					
<b>No Item</b>	<b>Jumlah Item</b>	<b>Skor</b>	<b>F</b>	<b>Jumlah Skor Rata-rata</b>	<b>%</b>
1,2,3,4,5	5	SS (5)	212	1060	52,68%
		S (4)	217	868	43,14%
		CS (3)	24	72	3,58%
		KS (2)	5	10	0,50%
		TS (1)	2	2	0,10%
Jumlah			460	2012	100,00%
Skor Maksimal			2300		
Persentase Rata-rata			87,48%		
Kriteria			Sangat Kuat		

Berdasarkan hasil data tabel 4.4 yang telah dipaparkan diatas mengenai frekuensi dalam mengakses dakwah media sosial TikTok dapat dilihat bahwa pada pernyataannya responden banyak memberikan jawaban “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diberikan. Dimana sebanyak 52,68% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, 43,14% setuju, 3,58% cukup setuju, 0,05% kurang setuju dan 0,10% memilih jawaban tidak setuju. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tersebut dapat diketahui bahwa pernyataan tentang frekuensi dalam mengakses dakwah media sosial TikTok mendapatkan persentase rata-rata 87,48% dengan kategori sangat kuat.

## 2) Data Indikator akun Dakwah Ustadz Abdul Somad

Dibawah ini merupakan tabel penjabar persentase perindikator yang ada dalam variabel X yaitu Data Indikator akun Dakwah Ustadz Abdul Somad di TikTok :

**Tabel 4. 5**

Indikator Akun Dakwah Ustadz Abdul Somad di TikTok

AKUN DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD					
No Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
6,7,8	3	SS (5)	111	555	47,35%
		S (4)	134	536	45,73%
		CS (3)	22	66	5,63%
		KS (2)	6	12	1,02%
		TS (1)	3	3	0,26%
Jumlah			276	1172	100,00%
Skor Maksimal			1380		
Persentase Rata-rata			84,93%		
Kriteria			Sangat Kuat		

Berdasarkan hasil data tabel 4.5 yang telah dipaparkan diatas mengenai Indikator akun Dakwah Ustadz Abdul Somad di TikTok dapat dilihat bahwa pada pernyataannya responden banyak memberikan jawaban “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diberikan. Dimana sebanyak 47,35% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, 45,73% setuju, 5,63% cukup setuju, 1,02% kurang setuju dan 0,26% memilih jawaban tidak setuju. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tersebut dapat diketahui bahwa

pernyataan tentang Indikator Akun Dakwah Ustadz Abdul Somad mendapatkan persentase rata-rata 84,93% dengan kategori sangat kuat.

### 3) Data Indikator akun Dakwah Ustadz Adi Hidayat

Dibawah ini merupakan tabel penjabar persentase perindikator yang ada dalam variabel X yaitu Data Indikator akun Dakwah Ustadz Adi Hidayat di TikTok :

**Tabel 4. 6**

Indikator Akun Dakwah Ustadz Adi Hidayat

AKUN DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT					
No Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
9,10,11	3	SS (5)	101	505	44,97%
		S (4)	110	440	39,18%
		CS (3)	51	153	13,62%
		KS (2)	11	22	1,96%
		TS (1)	3	3	0,27%
Jumlah			276	1123	100,00%
Skor Maksimal			1380		
Persentase Rata-rata			81,38%		
Kriteria			Sangat Kuat		

Berdasarkan hasil data tabel 4.6 yang telah dipaparkan diatas mengenai Indikator akun Dakwah Ustadz Adi Hidayat di TikTok dapat dilihat bahwa pada pernyataannya responden banyak memberikan jawaban “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diberikan. Dimana sebanyak 44,97% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, 39,18% setuju, 13,62% cukup setuju,

1,96% kurang setuju dan 0,27% memilih jawaban tidak setuju. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tersebut dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Indikator akun Dakwah Ustadz Adi Hidayat di TikTok mendapatkan persentase rata-rata 81,38% dengan kategori sangat kuat.

#### 4) Data Indikator akun Dakwah Ustadz Hanan Attaki

Dibawah ini merupakan tabel penjabar persentase perindikator yang ada dalam variabel X yaitu Data Indikator akun Dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok :

**Tabel 4. 7**

Indikator Akun Dakwah Ustadz Hanan Attaki

AKUN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI					
No Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
12,13,14	3	SS (5)	112	560	49,78%
		S (4)	105	420	37,33%
		CS (3)	37	111	9,87%
		KS (2)	12	24	2,13%
		TS (1)	10	10	0,89%
Jumlah			276	1125	100,00%
Skor Maksimal			1380		
Persentase Rata-rata			81,52%		
Kriteria			Sangat Kuat		

Berdasarkan hasil data tabel 4.7 yang telah dipaparkan diatas mengenai Indikator Akun Dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok dapat dilihat bahwa pada pernyataannya responden banyak memberikan jawaban “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang

diberikan. Dimana sebanyak 49,78% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, 37,33% setuju, 9,87% cukup setuju, 2,13% kurang setuju dan 0,89% memilih jawaban tidak setuju. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tersebut dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Indikator Akun Dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok mendapatkan persentase rata-rata 81,52% dengan kategori sangat kuat.

#### 5) Data Indikator akun Dakwah Buya Yahya

Dibawah ini merupakan tabel penjabar persentase perindikator yang ada dalam variabel X yaitu Data Indikator akun Dakwah Buya Yahya di TikTok :

**Tabel 4. 8**

Indikator Akun Dakwah Buya Yahya

<b>AKUN DAKWAH BUYA YAHYA</b>					
<b>No Item</b>	<b>Jumlah Item</b>	<b>Skor</b>	<b>F</b>	<b>Jumlah Skor Rata-rata</b>	<b>%</b>
15,16,17	3	SS (5)	100	500	46,25%
		S (4)	98	392	36,26%
		CS (3)	45	135	12,49%
		KS (2)	21	42	3,89%
		TS (1)	12	12	1,11%
Jumlah			276	1081	100,00%
Skor Maksimal			1380		
Persentase Rata-rata			78,33%		
Kriteria			Kuat		

Berdasarkan hasil data tabel 4.8 yang telah dipaparkan diatas mengenai Indikator Akun Dakwah Buya Yahya di TikTok dapat

dilihat bahwa pada pernyataannya responden banyak memberikan jawaban “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diberikan. Dimana sebanyak 46,25% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, 36,26% setuju, 12,49% cukup setuju, 3,892% kurang setuju dan 1,11% memilih jawaban tidak setuju. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tersebut dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Indikator Akun Dakwah Buya Yahya di TikTok mendapatkan persentase rata-rata 78,33% dengan kategori kuat.

#### 6) Data Indikator akun Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus

Dibawah ini merupakan tabel penjelas persentase perindikator yang ada dalam variabel X yaitu Data Indikator akun Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di TikTok :

**Tabel 4. 9**

Indikator Akun Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus

<b>AKUN DAKWAH USTADZAH HALIMAH ALAYDRUS</b>					
<b>No Item</b>	<b>Jumlah Item</b>	<b>Skor</b>	<b>F</b>	<b>Jumlah Skor Rata-rata</b>	<b>%</b>
18,19,20	3	SS (5)	106	530	45,57%
		S (4)	136	544	46,78%
		CS (3)	23	69	5,93%
		KS (2)	9	18	1,55%
		TS (1)	2	2	0,17%
Jumlah			276	1163	100,00%
Skor Maksimal			1380		
Persentase Rata-rata			84,28%		
Kriteria			Sangat Kuat		

Berdasarkan hasil data tabel 4.9 yang telah dipaparkan diatas mengenai Indikator akun Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di TikTok dapat dilihat bahwa pada pernyataannya responden banyak memberikan jawaban “ Setuju” terhadap pernyataan yang diberikan. Dimana sebanyak 45,57% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, 46,78% setuju, 5,93% cukup setuju, 1,55% kurang setuju dan 0,17% memilih jawaban tidak setuju. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tersebut dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Indikator akun Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di TikTok mendapatkan persentase rata-rata 84,20% dengan kategori sangat kuat.

**b. Deskripsi Data Kuesioner Penelitian Variabel Y (Tingkat Religiusitas Mahasiswa)**

Deskripsi data penelitian ini akan menggambarkan respon yang diberikan oleh mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru sebanyak 92 orang responden tentang Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Data yang akan dijelaskan dan disajikan oleh penulis berupa tabel, Penulis telah membaginya menjadi lima tabel yang sesuai dengan pembagian indikator Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru pada BAB sebelumnya. yaitu keyakinan kepada tuhan (*religious belief*), Praktik keagamaan (*religious practice*), pengalaman (*religious effect*), Penghayatan (*religious felling*), dan Pengetahuan agama (*religious knowledge*).

Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian maka dilakukanlah analisis jawaban yang telah diberikan

responden terkait pernyataan yang telah diberikan. Dari analisis yang dilakukan maka akan diketahui berapa banyak responden memilih alternatif jawaban dan memperoleh nilai rata-rata tertinggi sampai terendah. Untuk menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel penulis menggunakan metode rata-rata skor dan persentase kategorinya.

### 1) Data Indikator Kepercayaan Kepada Tuhan

Dibawah ini merupakan tabel penjabar persentase perindikator yang ada dalam variabel Y yaitu Kepercayaan Kepada Tuhan :

**Tabel 4. 10**

Respon Terhadap Kepercayaan Kepada Tuhan

Kepercayaan Kepada Tuhan					
No Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
1, 3, 6	3	SS (5)	194	970	76,08%
		S (4)	67	268	21,02%
		CS (3)	11	33	2,59%
		KS (2)	0	0	0,00%
		TS (1)	4	4	0,31%
Jumlah			276	1275	100,00%
Skor Maksimal			1380		
Persentase Rata-rata			92,39%		
Kriteria			Sangat Kuat		

Berdasarkan hasil data tabel 4.10 yang telah dipaparkan diatas mengenai Kepercayaan Kepada Tuhan dapat dilihat bahwa pada pernyataannya responden banyak memberikan jawaban

“Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diberikan. Dimana sebanyak 76,08% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, 21,02% setuju, 2,59% cukup setuju, 00,0% kurang setuju dan 0,31% memilih jawaban tidak setuju. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tersebut dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Kepercayaan Kepada Tuhan dakwah media sosial TikTok mendapatkan persentase rata-rata 92,39% dengan kategori sangat kuat.

## 2) Data Indikator Praktik Keagamaan

Dibawah ini merupakan tabel penjabar persentase perindikator yang ada dalam variabel Y yaitu Praktik Keagamaan :

**Tabel 4. 11**

Respon Terhadap Praktik Keagamaan

Praktik Keagamaan					
No Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
4, 9, 16	3	SS (5)	132	660	56,31%
		S (4)	104	416	35,49%
		CS (3)	23	69	5,89%
		KS (2)	10	20	1,71%
		TS (1)	7	7	0,60%
Jumlah			276	1172	100,00%
Skor Maksimal			1380		
Persentase Rata-rata			84,93%		
Kriteria			Sangat Kuat		

Berdasarkan hasil data tabel 4.11 yang telah dipaparkan diatas mengenai Praktik Keagamaan dapat dilihat bahwa pada pernyataannya responden banyak memberikan jawaban “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diberikan. Dimana sebanyak 56,31% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, 35,49% setuju, 5,89% cukup setuju, 1,71% kurang setuju dan 0,60% memilih jawaban tidak setuju. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tersebut dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Praktik Keagamaan mendapatkan persentase rata-rata 84,93% dengan kategori sangat kuat.

### 3) Data Indikator Pengalaman

Dibawah ini merupakan tabel penjelas persentase perindikator yang ada dalam variabel Y yaitu Pengalaman :

**Tabel 4. 12**

Respon Terhadap Pengalaman

Pengalaman					
No Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
5, 10, 11,12, 13	5	SS (5)	189	945	49,32%
		S (4)	185	740	38,62%
		CS (3)	67	201	10,49%
		KS (2)	11	22	1,15%
		TS (1)	8	8	0,42%
Jumlah			460	1916	100,00%
Skor Maksimal			2300		
Persentase Rata-rata			83,30%		
Kriteria			Sangat Kuat		

Berdasarkan hasil data tabel 4.12 yang telah dipaparkan diatas mengenai Pengalaman dapat dilihat bahwa pada pernyataannya responden banyak memberikan jawaban “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diberikan. Dimana sebanyak 49,32% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, 38,62% setuju, 10,49% cukup setuju, 1,15% kurang setuju dan 0,42% memilih jawaban tidak setuju. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tersebut dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Pengalaman mendapatkan persentase rata-rata 83,30% dengan kategori sangat kuat.

#### 4) Data Indikator Penghayatan

Dibawah ini merupakan tabel penjelas persentase perindikator yang ada dalam variabel Y yaitu Penghayatan :

**Tabel 4. 13**

Respon Terhadap Penghayatan

Penghayatan					
No Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
7, 8, 17, 18, 19	5	SS (5)	158	790	42,04%
		S (4)	218	872	46,41%
		CS (3)	60	180	9,58%
		KS (2)	13	26	1,38%
		TS (1)	11	11	0,59%
Jumlah			460	1879	100,00%
Skor Maksimal			2300		
Persentase Rata-rata			81,70%		
Kriteria			Sangat Kuat		

Berdasarkan hasil data tabel 4.13 yang telah dipaparkan diatas mengenai Penghayatan dapat dilihat bahwa pada pernyataannya responden banyak memberikan jawaban “Setuju” terhadap pernyataan yang diberikan. Dimana sebanyak 42,04% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, 46,41% setuju, 9,58% cukup setuju, 1,38% kurang setuju dan 0,59% memilih jawaban tidak setuju. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tersebut dapat diketahui bahwa pernyataan tentang penghayatan mendapatkan persentase rata-rata 81,70% dengan kategori sangat kuat.

#### 5) Data Indikator Pengetahuan Keagamaan

Dibawah ini merupakan tabel penjelas persentase perindikator yang ada dalam variabel Y yaitu Pengetahuan Keagamaan :

**Tabel 4. 14**

Respon Terhadap Pengetahuan Keagamaan

Pengetahuan Keagamaan					
No Item	Jumlah Item	Skor	F	Jumlah Skor Rata-rata	%
1, 14, 15, 20	4	SS (5)	104	520	35,09%
		S (4)	185	740	49,93%
		CS (3)	68	204	13,77%
		KS (2)	7	14	0,94%
		TS (1)	4	4	0,27%
Jumlah			368	1482	100,00%
Skor Maksimal			1840		
Persentase Rata-rata			80,54%		
Kriteria			Kuat		

Berdasarkan hasil data tabel 4.14 yang telah dipaparkan diatas mengenai Pengetahuan Keagamaan dapat dilihat bahwa pada pernyataannya responden banyak memberikan jawaban “Setuju” terhadap pernyataan yang diberikan. Dimana sebanyak 35,09% responden memilih alternatif jawaban sangat setuju, 49,93% setuju, 13,77% cukup setuju, 0,94% kurang setuju dan 0,27% memilih jawaban tidak setuju. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi tersebut dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Pengetahuan Keagamaan mendapatkan persentase rata-rata 80,54% dengan kategori kuat.

## **B. Pengujian Hipotesis Penelitian**

### **1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas**

Validitas atau disebut sebagai keshahihan dalam suatu instrumen berfungsi untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang digunakan dalam mengukur sebuah instrumen penelitian sehingga instrumen tersebut bisa dinyatakan valid. (Ir. Syofian Siregar, 2013) Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a) Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrument pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka instrumen pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Sedangkan uji reabilitas adalah kelanjutan dari uji validitas yang berfungsi untuk mengetahui seberapa konsisten suatu alat ukur pada instrumen yang akan digunakan. Adapun metode yang penulis

gunakan pada penelitian ini adalah pengukuran dengan skala likert dan pengukuran yang digunakan adalah *Cronchbach Alpha*. Untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidak, menggunakan batasan 0,6. Menurut sekaran, reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah instrumen yang baik.

**a. Uji Validitas dan Normalitas Variabel X**

Pada tahap uji validitas dan reabilitas untuk variabel X terdapat 20 item pernyataan yang dilakukan uji cobanya dan di paparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

**Tabel 4. 15**

Uji Validitas Variabel X

No.Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel\ 5\%}$	Kriteria	
X1	0,286	0,172	Valid	Reliabel
X2	0,590	0,172	Valid	Reliabel
X3	0,453	0,172	Valid	Reliabel
X4	0,601	0,172	Valid	Reliabel
X5	0,455	0,172	Valid	Reliabel
X6	0,384	0,172	Valid	Reliabel
X7	0,426	0,172	Valid	Reliabel
X8	0,480	0,172	Valid	Reliabel
X9	0,330	0,172	Valid	Reliabel
X10	0,358	0,172	Valid	Reliabel
X11	0,631	0,172	Valid	Reliabel
X12	0,309	0,172	Valid	Reliabel

X13	0,681	0,172	Valid	Reliabel
X14	0,638	0,172	Valid	Reliabel
X15	0,268	0,172	Valid	Reliabel
X16	0,621	0,172	Valid	Reliabel
X17	0,247	0,172	Valid	Reliabel
X18	0,402	0,172	Valid	Reliabel
X19	0,638	0,172	Valid	Reliabel
X20	0,506	0,172	Valid	Reliabel

*Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27*

Dari tabel 4.15 diatas, Maka sapat disimpulkan bahwa rata-rata  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan ini semua variabel X dinyatakan Valid. Sedangkan untuk uji reabilitasnya dengan nilai *cronbach alpha*  $0,801 > 0,6$ , Maka dinyatakan semua Variabel X Reliabel.

#### b. Uji Validitas dan Reabilitas variabel Y

Pada tahap uji validitas dan reabilitas untuk variabel Y terdapat 20 item pernyataan yang dilakukan uji cobanya dan di paparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

**Tabel 4. 16**

Uji Validitas Variabel Y

No.Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$ 5%	Kriteria	
Y1	0,487	0,172	Valid	Reliabel
Y2	0,507	0,172	Valid	Reliabel
Y3	0,392	0,172	Valid	Reliabel
Y4	0,527	0,172	Valid	Reliabel
Y5	0,579	0,172	Valid	Reliabel

Y6	0,403	0,172	Valid	Reliabel
Y7	0,433	0,172	Valid	Reliabel
Y8	0,652	0,172	Valid	Reliabel
Y9	0,390	0,172	Valid	Reliabel
Y10	0,476	0,172	Valid	Reliabel
Y11	0,333	0,172	Valid	Reliabel
Y12	0,291	0,172	Valid	Reliabel
Y13	0,370	0,172	Valid	Reliabel
Y14	0,483	0,172	Valid	Reliabel
Y15	0,317	0,172	Valid	Reliabel
Y16	0,485	0,172	Valid	Reliabel
Y17	0,294	0,172	Valid	Reliabel
Y18	0,370	0,172	Valid	Reliabel
Y19	0,576	0,172	Valid	Reliabel
Y20	0,454	0,172	Valid	Reliabel

*Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27*

Dari tabel 4.16 diatas, Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan ini semua variabel Y dinyatakan Valid. Sedangkan untuk uji reabilitasnya dengan nilai *cronbach alpha*  $0,760 > 0,6$ , Maka dinyatakan semua Variabel Y Reliabel.

## 2. Uji Normalitas

Pada pengujian normalitas, penulis menggunakan uji Normalitas *Kolmogorof-Smirnof*, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikasi lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.

- b. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.

**Tabel 4. 17**

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			92
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		,0000000
	Std. Deviation		5,51299847
Most Extreme Differences	Absolute		,059
	Positive		,049
	Negative		-,059
Test Statistic			,059
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			,200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.		,603
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,590
		Upper Bound	,615

*Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27*

Berdasarkan tabel 4.17 Output SPSS diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai Signifikansi *Asymp.Sig. (2-Tailed)* Sebesar  $0,200 > 0,05$ . Maka hal ini sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam Uji

Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* diatas dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

### 3. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan variabel Independen. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika nilai Sig. Deviation from linearity  $>0,05$ , maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan terikat
- b. Jika nilai Sig. Deviation from linearity  $<0,05$ , maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan terikat.

**Tabel 4. 18**

Uji Linearitas

			F	Sig.
Tingkat Religiusitas * Dakwah Media Sosial TikTok	Between Groups	(Combined)	2,755	,000
		Linearity	50,483	,000
		Deviation from Linearity	1,109	,358
	Within Groups			
	Total			

*Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27*

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji linearitas diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig. From linearity sebesar  $0,358 > 0,05$ , maka disimpulkan terdapat adanya hubungan yang linear antara variabel independen (Dakwah media sosial TikTok) terhadap variabel dependen ( tingkat Religiusitas).

#### 4. Uji Korelasi

Uji korelasi adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan dua variabel atau lebih variabel yang berbeda dan digambarkan dengan ukuran koefisien korelasi.

**Tabel 4. 19**

Uji Korelasi

		Dakwah Media Sosial TikTok	Tingkat Religiusitas
Dakwah Media Sosial TikTok	Pearson Correlation	1	,593**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
Tingkat Religiusitas	Pearson Correlation	,593**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

*Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27*

Dari tabel 4.19 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada variabel dakwah media sosial TikTok dan Tingkat Religiusitas yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian variabel Dakwah media sosial TikTok dan Tingkat Religiusitas memiliki hubungan atau dikatakan berkorelasi. Pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa Pearson Correlation pada variabel Dakwah media sosial TikTok dan Tingkat Religiusitas yaitu sebesar 0,593 dengan derajat hubungan antara kedua variabel tersebut adalah korelasi kuat.

## 5. Uji Regresi Linear Sederhana

### a. Uji Determinasi (R Square)

Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X (Dakwah media sosial TikTok) dan variabel Y (Tingkat Religiusitas), penulis telah melakukan analisis dengan menggunakan regresi linear sederhana menggunakan bantuan SPSS *for windows versi 27*. Maka adapun hasil output dari analisis regresi linear sederhana terdapat pada tabel di bawah ini.

Koefisien determinasi (R Square) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (Dakwah media sosial TikTok) dalam mempengaruhi variabel dependen (Tingkat Religiusitas). Sebagai berikut :

**Tabel 4. 20**

Uji Determinasi

Hasil Uji Determinasi (Model Summary <sup>b</sup> )				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,593 <sup>a</sup>	,351	,344	5,544

*Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27*

Berdasarkan tabel 4.20 hasil uji Determinasi Model Summary di atas dapat diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,351 (35,1 %). Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi, variabel independen (Dakwah menggunakan media soisial TikTok) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Tingkat Religiusitas) sebesar 35,1

%. Maka pada uji determinasi ini berada pada kriteria penafsiran cukup kuat.

**b. Uji ANOVA**

**Tabel 4. 21**

Uji Anova

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	1498,691	1	1498,691	48,768	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2765,777	90	30,731		
	Total	4264,467	91			

*Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27*

Pada tabel 4.21 ANOVA di atas dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 48,768 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel Religiusitas atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara variabel Independen (Media sosial TikTok) terhadap Variabel Dependen (tingkat Religiusitas).

c. Uji Hipotesis (Uji t)

**Tabel 4. 22**

Uji Hipotesis

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39,209	6,451		6,078	,000
	X	,538	,077	,593	6,983	,000

*Hasil olah data menggunakan SPSS versi 27*

Berdasarkan tabel 4.22 diatas dapat diketahui bahwa nilai Constant (a) sebesar 39,209, Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,538, Sehingga persamaan regresinya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 39,209 + 0,538X$$

- 1) Konstanta sebesar 39,209, mengandung artian bahwa nilai konsisten variabel Religiusitas adalah sebesar 39,209.
- 2) Koefisien regresi variabel Media sosial TikTok sebesar 0,538 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai religiusitas, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,538. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan

bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

Pada hasil penelitian ini penulis akan menjabarkan tentang pengaruh media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah pekanbaru, Serta menjawab rumusan masalah yang telah penulis tuliskan sebelumnya pada BAB I.

#### **1. Faktor-faktor yang dipengaruhi oleh dakwah menggunakan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru**

Religiusitas merupakan internalisasi agama yang paling bermakna dan diwujudkan dalam tindakan dan perilaku sehari-hari. Dalam penelitian ini religiusitas diukur dengan skala religiusitas yang dibuat penulis berdasarkan dimensi religiusitas yang diungkapkan oleh Glock dan Stark yang berpendapat bahwa dimensi religiusitas terdiri dari lima, yaitu keyakinan kepada tuhan (*religious belief*), Praktik keagamaan (*religious practice*), Pengalaman (*religious effect*), Penghayatan (*religious felling*), dan Pengetahuan agama (*religious knowledge*). (Sungadi, 2020)

Lima tolak ukur itulah yang digunakan untuk mengetahui sikap keagamaan seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku dalam kehidupan sehari-hari sesuai kadar ketaatan dalam beragama untuk itu sikap religiusitas sangat penting dalam kehidupan

Dapat dikatakan bahwasannya religiusitas dipengaruhi melalui faktor eksternal yang kemudian dijalankan sesuai keinginan yang berasal dari dalam diri manusia itu sendiri, sehingga muncullah sifat dan sikap yang mencerminkan nilai keagamaan dalam kehidupannya. Selain itu tentunya pengetahuan juga akan mempengaruhi sikap seorang individu baik itu pengetahuan yang didapatkan secara langsung maupun melalui media sosial TikTok.

## **2. TikTok Menjadi Aplikasi Yang Berpengaruh Positif Dalam Peningkatan Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru.**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dituliskan, maka penulis menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dari penggunaan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Pengaruh positif tersebut juga telah dibuktikan pada uji Koefisien regresi menggunakan SPSS *for windows* Versi 27, variabel Media sosial TikTok sebesar 0,538 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai religiusitas, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,538. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Pengaruh positif tersebut berasal dari konten dakwah yang diunggah melalui media sosial TikTok, Sehingga hal ini berdampak pada kehidupan dan juga tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Salah satunya adalah memberikan pengetahuan baru seputar ajaran islam, baik itu tentang sejarah, motivasi, nasehat, maupun doa sehari-hari yang mungkin belum diketahui sebagian

orang. Selain memberikan pengetahuan baru media sosial TikTok menjadi sarana komunikasi dan informasi yang membantu mempermudah serta memperluas jangkauan jaringan pertemanan.

### **3. Pengaruh Dakwah Menggunakan Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru**

Berdasarkan hasil penelitian penulis, Maka dapat dijelaskan Seberapa besar pengaruh dakwah melalui media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Berdasarkan tabel hasil uji Determinasi Model Summary di atas dapat diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,351 (35,1 %). Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi, dimana variabel independen (Dakwah menggunakan media soisial TikTok) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Tingkat Religiusitas) sebesar 35,1 % ditafsirkan cukup kuat pengaruhnya.

Menurut Muktaf terdapat sebuah teori yang memiliki persepsi tentang dampak timbal balik dari sebuah media yang digunakan oleh orang-orang. Teori ini disebut sebagai teori SOR ( Stimulus-Organism-Response) yang merupakan sebuah kompenen sikap, opini, prilaku, pengetahuan, perhatian serta penafsiran. Teori ini merupakan sebuah asumsi yang menjadi penyebab terjadinya perubahan prilaku terhaddap kualitas stimulus yang digunakan oleh organism sehingga membentuk sebuah perubahan atau response.(Primadewi et al., 2022)

Berdasarkan jabaran mengenai pengaruh dakwah melalui media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru yang berada pada tingkat cukup kuat yaitu

sebesar 35,1 %. Dapat dikatakan bahwasannya penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari akan membentuk sebuah karakter dan perilaku kehidupan yang baru dari penggunaannya dan media sosial sebaiknya dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya karena media sosial memiliki andil yang cukup berpengaruh dalam mempengaruhi perilaku kehidupan seseorang. Media sosial TikTok dalam penggunaan yang baik akan membawa dampak positif dan akan sangat bermanfaat bagi penggunaannya.

Van Dijk dalam Setiadi menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang berfokus pada kehadiran pengguna dan memfasilitasi aktivitas dan kolaborasi mereka. Dalam hal ini, media sosial menjadi media yang digunakan untuk aktivitas dan kolaborasi online. (Budi et al., 2019)

Pendapat di atas menyatakan media sosial akan memfasilitasi aktivitas dan kolaborasi yang memungkinkan untuk dilakukan antar penggunaannya dari sini dapat dilihat bahwa hal ini akan memperluas relasi pertemanan dalam bermedia sosial dan juga memudahkan setiap pengguna untuk menyebarkan informasi kepada seluruh penjuru dunia hanya dalam beberapa waktu yang singkat. Maka dengan jangkauan yang luas inilah mempermudah seorang pendakwah dalam menyebarkan dakwah seputar ajaran islam dan juga memberikan kesempatan bagi setiap pendakwah untuk berkolaborasi satu sama lain. Sehingga jangkauan dakwah yang dilakukan semakin luas dan semakin banyak mempengaruhi perilaku kehidupan seseorang pada masa sekarang.

TikTok sebagai salah satu media sosial yang banyak digemari saat ini menjadi salah satu penyebab dalam perubahan perilaku manusia pada masa sekarang sehingga banyak hal yang dapat dipelajari melalui media sosial TikTok serta banyak hal yang dapat diakses melalui media sosial TikTok ini, salah satunya adalah konten dakwah. Konten dakwah yang menjadi tontonan bagi setiap penggunanya tentunya akan membawa dampak terhadap perilaku penggunanya. Dalam hal ini aplikasi TikTok dapat mempengaruhi tingkat religiusitas seorang individu dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.

Hasil pembahasan yang telah penulis jelaskan di atas dapat diketahui bahwa pengujian hipotesis Dakwah menggunakan media sosial TikTok dalam proses peningkatan religiusitas mahasiswa berpengaruh yakni  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena menurut teori yang telah dijabarkan di atas bahwa penggunaan media sosial juga akan berdampak terhadap perilaku pengguna media sosial TikTok tersebut.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada skripsi yang berjudul “Pengaruh Dakwah Menggunakan Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dari penggunaan media sosial TikTok sebagai media dakwah dalam meningkatkan kereligiusitan mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru dengan dilakukannya uji regresi linear sederhana menggunakan SPSS *for windows* Versi 27, variabel Media sosial TikTok sebesar 0,538 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai religiusitas, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,538. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh dakwah menggunakan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari uji determinasi diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,351 (35,1 %). Menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi, variabel independen (Dakwah menggunakan media sosial TikTok) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Tingkat Religiusitas) sebesar 35,1 %. Maka pada uji determinasi ini berada pada kriteria penafsiran

cukup kuat. Sedangkan 65,9 % religiusitas mahasiswa dipengaruhi oleh faktor lainnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian ini maka penulis memberikan beberapa saran yakni sebagai berikut :

1. Seiring dengan berkembangnya zaman diperlukan pengetahuan lebih mendalam akan perkembangan teknologi media sosial, hal ini membuat banyak orang mudah dalam mengakses informasi yang ingin diketahui. Sehingga disarankan untuk bisa memilah tentang konten yang ditonton di media sosial contohnya konten dakwah yang bermanfaat.
2. Religiusitas merupakan bentuk dari cerminan pemahaman agama dari seseorang sehingga hal ini tentu saja tidak hanya dipegaruhi oleh dakwah media sosial TikTok saja melainkan juga kebanyakan dipengaruhi oleh faktor lingkungan sekitarnya juga. Hal ini tentunya juga diemban melalui tujuan dari kampus yaitu, Melaksanakan pelatihan, workshop, temu ilmiah, guna menyiapkan tenaga dosen yang mampu mengintegrasikan ilmu keislaman dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sehingga diharapkan dari tenaga pengajar untuk menanamkan ilmu keislaman pada mahasiswanya juga.
3. Pengguna media sosial TikTok juga harus dapat menyeimbangkan waktu dalam penggunaan media sosial, karena dampak penggunaan media sosial yang berlebihan akan menjadi negatif. Sehingga diharapkan kepada pengguna media sosial untuk dapat mengefektifkan waktu dan juga memanfaatkan media sosial TikTok dengan sebaik-baiknya sehingga akan memberikan efek positif bagi penggunanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2). <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106>
- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Ahmad, S., & Dalimunthe, Q. (2023). Terminologi Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an. *Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1415–1420.
- Al-Qur'an Kemenag. (2019). *Terjemahan Al-Qur'an Kemenag in Ms. Word*. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia. <http://lajnah.kemenag.go.id>
- Aliyudin, A. (2020). Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Quran. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 5(16), 181–196. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i16.360>
- Allisa, L., & Triyono, A. (2023). Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 26–38. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13070>
- Alwi, S. (2014). *Perkembangan Religiusitas Remaja*. 128.
- Anggi. (2020). *Dokumentasi: Pengertian, Tujuan dan Fungsinya untuk Perusahaan*. Accurate. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-dokumentasi/>
- Ariana, R. (2016). *Hubungan Religiusitas Dengan Kontrol Diri Pada Remaja Berhijab*.
- Aryanto, U. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 1, 32–41.
- Budi, B. B., Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>
- DINIYYAH, I. (2023). *Profil Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru*. Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru. <https://www.diniyyah.ac.id/halaman/sejarah>
- Dr. Rulli Nasrullah, M. S. (2017). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (N. S. Nurbaya (ed.); cetakan ke). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.

- Duwi Priyatno. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS* (Ratih Indah Utami (ed.)). Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Febriana, A. (2021). Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah ; Stusi Kasus Ustad Syam, di Akun @syam \_ elmarusy. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(02), 180–194. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Husna, N. (2021). Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 1(1), 97–105. <https://www.ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar/article/view/319>
- li, B. A. B., & Dakwah, A. (2004). *Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah . (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004) hal. 10 1. 1–17.*
- li, B. A. B., & Dakwah, A. I. (n.d.). *Asmuni Syukur, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam , (Surabaya, Al Ikhlas, 1983), 17. A. Hasjmy, Dustur Dakwah Menurut Al- qur'an , (Jakarta: PT Bulan Bintang,1994), 17.*
- Indonesia.go.id, R. (2023). *Portal Informasi Indonesia*. INDONESIA.GO.ID. <https://www.indonesia.go.id/profil/agama#:~:text=Mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama,adalah Al-Qur'an>.
- Ir. Syofian Siregar, M. M. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Suwito (ed.); Pertama). KENCANA.
- Muhammad Fu'ad Abdul Baqi. (2017). *Shahih Bukhari Muslim* (Abu Firly Bassam Taqi (ed.)). PT. Alex Media Komputindo.
- Munthe, Y. U., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh dan Efektivitas Media Sosial pada Proses Pengumpulan Zakat, Infaq, dan Sedekah: Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (LAZ WASHAL)) Sumatera Utara Yusnita. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 923–926.
- Naja, H. N. (2017). *Peran Dakwah Jama'ah Tabligh Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Masyarakat Bangan Desa Boto Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban*. 102. <http://etheses.iainkediri.ac.id/155/3/7. BAB II.pdf>
- Nisa, S., Gutji, N., & Sekonda, F. A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Tingkat Interaksi Sosial Siswa Kelas VII di SMP Negeri 17 Kota Jambi. *Journal on Education*, 5(2), 2947–2954. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.945>
- Nugraha, Y. I. (2021). Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Niat Beli Online Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Terhadap Pemasaran Media Sosial (Studi Pada Konsumen Dazzle). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2), 6.

- Primadewi, S., Fitriyani, W., & Adhysti W, K. (2022). Shinta Primadewi, Wiwik Fitriyani, Kallista Adhysti W Universitas Budi Luhur, Jakarta. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (Sostech)*, 2(10), 846–856.
- Prof. Dr. H. Abdullah, M, S. (2019). *ILMU DAKWAH*. PT. RAJA GRAFINDO PERSADA.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (M. P. Setiyawami, S.H. (ed.); 2022nd ed.). Alfabeta.
- Rahmawati, H. K. (2016). Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal di Argopuro. *Jurnal Community Development*, 1(2), 35–52. [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Kegiatan+Religiusitas+Masyarakat+Marginal+di+Argopuro&btnG=](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Kegiatan+Religiusitas+Masyarakat+Marginal+di+Argopuro&btnG=)
- Rosidah. (2015). Definisi Dakwah Islamiyyah Ditinjau dari Perspektif Konsep Komunikasi. *Jurnal Qathruna*, 2(2), 155–178.
- Ruhamal, I. (2015). Pengaruh Religiuitas dan Self-Efficacy terhadap Stres pada Mahasiswa Psikologi UIN Suska Riau. *Skripsi*, 5–24.
- Sanggabuwana, D., & Andrini, S. (2018). Dampak Media Sosial terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sentra Industri Keramik Plered, Kabupaten Purwakarta. *InterKomunika*, 2(2), 172. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i2.37>
- Setiawan, E. (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. <https://kbbi.web.id/pengaruh>
- Shafa Tasya Kamilah, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, & Meity Suryandari. (2023). Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 50–62. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.148>
- Shohib, S. (2018). Hakikat Dan Tujuan Dakwah Dalam Mewujudkan Kehidupan Yang Damai Dan Harmonis. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 12(32), 83–88. <https://doi.org/10.38075/tp.v12i32.56>
- Sinaga, D., Saragi, S., & Ulfa Batoebara, M. (2019). Pelatihan Meminimalisir Efek Hoaks Media Sosial Di Desa Namo Sialang Kec. Batang Serangan Kab. Langkat-Sumut. *Universitas Dharmawangsa*, 2(1), 2569–6446. <https://en.wikipedia.org/wiki/Hoax>
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Solehudin. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kehidupan Religius Mahasiswa Pai 2018 Di Universitas Islam Indonesia. *Jurnal Reforma*, VII(02), 55–65.
- Sungadi, S. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Kematangan Karier Pustakawan Kajian Empiris pada Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta. *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*, 11(1), 15–

34. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol11.iss1.art3>

Supriadi, E., Fitriana, M. A., & Ulhaq. (2023). Karakter Religiuis dalam Al-Qur'an ( Studi Analisis Tafsir Ayat-ayat Akhlak Dalam Al- Qur ' an ). *Nurul Iman*, 9(01), 59–79.

suryadi, bambang, & Hayat, B. (2021). *Religiusitas\_Cover\_setengah isi Buku\_Daftar Pustaka* (Issue 40).

Syafni, M. (2018). Pengaruh Pendidikan Entrepreneurship Terhadap Etika Bisnis Pelaku Usaha Alumni Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Uin Suska Riau Repository*, 30–54.

Trisya, R. Y., & Ansyah, E. H. (2020). The Relationship Between Religiosity and Anxiety Facing Thesis Proposal Examination in 7th Semester Students of the Faculty of Psychology and Educational Sciences, Muhammadiyah University, Sidoarjo. *Proceedings of The ICECRS*, 8, 1–8. <https://doi.org/10.21070/icecrs2020469>

Valentino Andressi, S. K. (2024). *Hasil Wawancara wawancara narasumber staff PD-DIKTI IAI Diniyyah Pekanbaru*.

Zalfa, A. (2022). Dampak Konten Dakwah Media Sosial Terhadap Perkembangan Religiusitas Mahasiswa PAI UNJ. *AL-IDZAAH: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(01), 1–13. <https://doi.org/10.24127/al-idzaah.v4i01.1709>

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	. S	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H.	Ha (dengan titik diatas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es


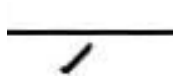
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	S.ad	S.	Es (dengan titik dibawah)
ض	D.ad	D.	De (dengan titik di bawah)
ط	T. a	T.	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Z. a	Z.	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	Fath,ah dan ya	Ai	A dan I
وَأَ	Fath,ah dan wau	Au	A dan U

### 3. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas.

Misalnya kata Al-Qur'an yang berasal dari Al-Qur'an, Sunnah, Khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh, Contohnya :

*Fi Zilal Al-Qur'an*

*Al-Sunnah qabl al-tadwin*

*Al-'Ib umum al-lafaz la bi khus.us. al-asbab*

### 4. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata ,Allah'yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dinullah*

بِاللَّهِ *Billah*

### 5. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), Dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang

penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh :

*Wa ma muhammadun illa rasul*

*Inna awwala baitin wud i'a linnasi lallazi bi bakkata mubarakan  
syahru ramadhan al-ladzi unzila fih al-qur'an*

*Nas ir al-din al-T. Abu Nas.sr al*

*Farabi Al-Gazali*

*Al-Munqiz min al-Dalal*

## Lampiran 1 SK Pembimbing



# INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH PEKANBARU

Terakreditasi BAN-PT Nomor : 634/SK/BAN-PT/AK-PNB/PT/IX/2023

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 100 / Jl. Kuau No. 1 HP. 0811-7069-222 | Website : www.diniyyah.ac.id | Email : admin@diniyyah.ac.id

### SURAT KEPUTUSAN PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI No : 166g/SK/IAI-DP/XI/2023

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI) DINIYAH PEKANBARU

- Mengingat :
1. Undang-undang No. 12 Tentang Pendidikan Tinggi.
  2. Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan.
  3. Peraturan Pemerintah No. 04 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
  4. Statuta Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.

#### Memutuskan

Menetapkan :

Pertama : Menunjuk, menetapkan dan mengangkat Dosen Pembimbing Skripsi sebagai berikut :

No	Nama	NIDN	Jabatan	Keterangan
1.	Ahmad Maulana Anshori, M.Sos	2105039701	-	Pembimbing I
2.	Moralely Hendrayani, MA	2107129501	-	Pembimbing II

Untuk penyusunan SKRIPSI bagi Mahasiswa :

Nama : Lux Luil  
NIRM : 1216.20.2954  
Program Studi : S1 Pengembangan Masyarakat Islam

- Kedua : Kepada Saudara diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan dan kemampuan IAI Diniyyah Pekanbaru
- Ketiga : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan hingga selesai ujian munaqasyah, dengan ketentuan dapat diubah jika terdapat kekeliruan dalam penetapannya.

Ditetapkan di : Pekanbaru  
Pada tanggal : 16 November 2023  
IAI Diniyyah Pekanbaru  
Rektor

Dr. NOVI YANTI, MM  
NIDN. 2124118301

Tembusan Yth :

1. Ahmad Maulana Anshori, M.Sos
2. Moralely Hendrayani, MA
3. Wakil Rektor II Bidang Administrasi & Keuangan
4. Ketua Program Studi

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



# INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYYAH PEKANBARU

Terakreditasi BAN-PT Nomor : 634/SK/BAN-PT/AK-PNB/PT/IX/2023

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 100 / Jl. Kuuu No. 1 HP. 0811-7069-222 | Website : www.diniyyah.ac.id | Email : [admin@diniyyah.ac.id](mailto:admin@diniyyah.ac.id)

Pekanbaru, 03 Mei 2024

Nomor : 0294/IAI-DP/V/2024  
Lamp : -  
Hal : Izin Riset

Kepada Yth;  
Rektor IAI Diniyyah Pekanbaru

di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dengan hormat

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir mahasiswa (Skripsi), maka dibutuhkan data-data untuk bahan penulisan tugas akhir tersebut, untuk itu mahasiswa kami :

Nama : Lux Luil  
NIRM : 1216.20.2954  
Program Studi : S1 Pengembangan Masyarakat Islam  
Semester : VIII (Delapan)  
Judul Skripsi : *Pengaruh Dakwah Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru*

Bermaksud akan melakukan Riset dan mengumpulkan data di daerah/lingkungan yang Bapak/Ibu pimpin dari tanggal 03 Mei 2024 s/d 03 Agustus 2024, oleh sebab itu kami mohon izin dan bantuan bagi Mahasiswa kami untuk dapat melakukan Riset dan mengumpulkan data dalam menyelesaikan Tugas Akhir Mahasiswa tersebut.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

IAI Diniyyah Pekanbaru  
Rektor  
  
PEKANBARU  
Dr. Novi Yanti, MM  
NIDN. 2124118301

*Data kampus minta ke Fe/Biro/LPM  
1 Data mahasiswa sesuai dgn PDDM (operan) vale  
15/5/2024*

Pengaruh Dakwah Menggunakan Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat  
Religiusitas Mahasiswa IAI Diniyyah Pekanbaru

---

---

**Petunjuk Umum**

1. Isilah kolom identitas dengan lengkap.
2. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai untuk setiap pernyataan yang diberikan.
  - a. Sangat Setuju (SS)
  - b. Setuju (S)
  - c. Cukup Setuju (CS)
  - d. Kurang Setuju (KS)
  - e. Tidak Setuju (TS)
3. Isilah semua pernyataan yang tertera dan jangan melewati satu pernyataan.
4. Keseriusan dan kejujuran responden dalam menjawab pertanyaan, akan membantu peneliti mendapatkan data yang valid.
5. Jawaban yang responden berikan akan peneliti jamin kerahasiaannya.
6. Selamat bekerja dan terimakasih yang sebesar-besarnya atas kerjasamanya. 😊

Nama : .....

Jurusan : .....

Hari/tanggal : .....

**Lampiran 3 Tabel Angket Variabel X dan Y**

**a. Dakwah Menggunakan Media Sosial TikTok (Variabel X)**

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	CS	KS	TS
1.	Saya mengakses media sosial TikTok lebih dari 30 menit tiap harinya					
2.	Saya senang Mendengarkan konten dakwah melalui media sosial TikTok					
3.	Saya tidak minat untuk Mendengarkan konten dakwah melalui media sosial TikTok					
4.	Saya mendapatkan informasi seputar ajaran islam melalui video dakwah di TikTok					
5.	Saya banyak memfollow akun-akun yang berisikan dakwah					
6.	Saya memanfaatkan TikTok untuk mendengarkan konten dakwah dari akun Ustadz Abdul Somad					
7.	Seringkali konten dakwah dari akun Ustadz Abdul Somad ada diberanda akun TikTok saya					
8.	Tidak ada konten dakwah dari akun Ustadz Abdul Somad yang lewat di beranda akun saya					
9.	Saya memanfaatkan TikTok untuk mendengarkan konten dakwah dari akun Ustadz Adi Hidayat					
10.	Seringkali konten dakwah dari akun A Ustadz Adi Hidayat ada diberanda akun TikTok saya					
11.	Tidak ada konten dakwah dari akun Ustadz Adi Hidayat M.A yang lewat di beranda akun saya					
12.	Saya memanfaatkan TikTok untuk mendengarkan konten dakwah dari akun Ustadz Hanan Attaki					

13.	Seringkali konten dakwah dari akun Ustadz Hanan Attaki ada diberanda akun TikTok saya					
14.	Tidak ada konten dakwah dari akun Ustadz Hanan Attaki yang lewat di beranda akun saya					
15.	Saya memanfaatkan TikTok untuk mendengarkan konten dakwah dari akun Buya Yahya					
16.	Seringkali konten dakwah dari akun Buya Yahya ada diberanda akun TikTok saya					
17.	Tidak ada konten dakwah dari akun Buya Yahya yang lewat di beranda akun saya					
18.	Saya memanfaatkan TikTok untuk mendengarkan konten dakwah dari akun Ustadzah Halimah Alaydrus					
19.	Seringkali konten dakwah dari akun Ustadzah Halimah Alaydrus ada diberanda akun TikTok saya					
20.	Tidak ada konten dakwah dari akun Ustadzah Halimah Alaydrus yang lewat di beranda akun saya					

**b. Tingkat Religiusitas (Variabel Y)**

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	CS	KS	TS
1.	Saya mendapatkan pengetahuan baru dari konten dakwah di TikTok					
2.	Dalam keadaan apapun saya senantiasa bertawakal kepada Allah Swt..					
3.	Saya tidak patuh terhadap perintah agama					
4.	Saya tidak pernah merasa berat dalam menjalankan perintah Allah Swt..					

5.	Saya berusaha memperbaiki perilaku sehari-hari saya terhadap sesama, setelah menonton konten nasihat di media sosial TikTok					
6.	Saya tidak merasa takut ketika melanggar aturan agama					
7.	Saya tidak mengeluh dan putus asa setelah menonton konten motivasi di media sosial TikTok					
8.	Saya selalu berusaha untuk memperbaiki lisan saat berbicara dengan orang lain					
9.	Saya hanya beribadah ketika ada yang melihat					
10.	Saya terinspirasi untuk terus menuntut ilmu setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang inspirasi di media sosial TikTok					
11.	Saya merasa malu pernah berbuat jahat kepada orang lain					
12.	Saya tidak merasa malu ketika berbuat jahat kepada orang lain					
13.	Saya tertarik untuk membuat konten dakwah seperti di media sosial TikTok untuk menyebarkan ajaran Islam					
14.	Saya mengikuti ajaran atau pesan yang saya dengarkan di media sosial TikTok					
15.	Pesan dakwah di media sosial TikTok tidak tersampaikan dengan baik					
16.	Saya membaca doa-doa untuk melindungi diri dari kejelekan dan keburukan setelah mengakses konten dakwah yang berisikan doa-doa pada aplikasi TikTok					
17.	Saya merasa tidak terpaksa dalam beribadah setelah menonton dakwah tentang konten hijrah di media sosial TikTok					
18.	Saya merasa terpaksa ketika melakukan ibadah					
19.	Saya menyelesaikan amanah dengan sebaik-					

	baiknya					
<b>20.</b>	Saya mempelajari ilmu agama dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari					

#### Lampiran 4 Tabel Nama Responden

<b>No.</b>	<b>Nama</b>	<b>Responden</b>	<b>Jurusan</b>
1	Akadna Santi Harahap	Responden 1	Pendidikan Agama Islam
2	Asrina Sari Nasution	Responden 2	Pendidikan Agama Islam
3	Alifah Tri Wahyuni	Responden 3	Pendidikssan Agama Islam
4	Amran	Responden 4	Pendidikan Agama Islam
5	Aprilia Puji Astuti	Responden 5	Pendidikan Agama Islam
6	Darmasari Lubis	Responden 6	Pendidikan Agama Islam
7	Deni Aprilia Ritonga	Responden 7	Pendidikan Agama Islam
8	Devina Anggraini	Responden 8	Pendidikan Agama Islam
9	Dina Aulia Zahra	Responden 9	Pendidikan Agama Islam
10	Ela Ardiana	Responden 10	Pendidikan Agama Islam
11	Elsa Wahyuni	Responden 11	Pendidikan Agama Islam
12	Erma Erwana Nasution	Responden 12	Pendidikan Agama Islam
13	Fazli Syahputra Rambe	Responden 13	Pendidikan Agama Islam
14	Ikhsan Arrafi	Responden 14	Pendidikan Agama Islam
15	Imam Azhari Hasibuan	Responden 15	Pendidikan Agama Islam
16	Isfani Nurbayti	Responden 16	Pendidikan Agama Islam
17	Jepri Budiana Hasibuan	Responden 17	Pendidikan Agama Islam

18	Julham Syahputra	Responden 18	Pendidikan Agama Islam
19	Khairul Anam	Responden 19	Pendidikan Agama Islam
20	Khoirul Anwar Ray	Responden 20	Pendidikan Agama Islam
21	Kurnia Shafira Aditya	Responden 21	Pendidikan Agama Islam
22	Lilis Sakina Rambe	Responden 22	Pendidikan Agama Islam
23	Manna Aini	Responden 23	Pendidikan Agama Islam
24	Mirda Yani Piliang	Responden 24	Pendidikan Agama Islam
25	Muhammad Fadhilah Fikri	Responden 25	Pendidikan Agama Islam
26	Nadilla Maharani	Responden 26	Pendidikan Agama Islam
27	Nova Parestia	Responden 27	Pendidikan Agama Islam
28	Pahrul Anas	Responden 28	Pendidikan Agama Islam
29	Puja Manjita	Responden 29	Pendidikan Agama Islam
30	R.A. Dinda Olivia	Responden 30	Pendidikan Agama Islam
31	Rahma Yanti Nasution	Responden 31	Pendidikan Agama Islam
32	Rani Nelpia	Responden 32	Pendidikan Agama Islam
33	Rezki Herdiansyah Sinaga	Responden 33	Pendidikan Agama Islam
34	Ripu	Responden 34	Pendidikan Agama Islam
35	Risma Wati	Responden 35	Pendidikan Agama Islam
36	Rioni Lestari	Responden 36	Pendidikan Agama Islam
37	Ryan Anugrah Rambe	Responden 37	Pendidikan Agama Islam
38	Rizky Awaluddin Ritonga	Responden 38	Pendidikan Agama Islam
39	Samsidar Rasmi	Responden 39	Pendidikan Agama Islam
40	Salamat Ridho	Responden 40	Pendidikan Agama Islam
41	Siti Saroha	Responden 41	Pendidikan Agama Islam

42	Sopia Rambe	Responden 42	Pendidikan Agama Islam
43	Tarmizi	Responden 43	Pendidikan Agama Islam
44	Ulul Miftah Sari	Responden 44	Pendidikan Agama Islam
45	Weldi Jansa	Responden 45	Pendidikan Agama Islam
46	Wulan Permata Sari	Responden 46	Pendidikan Agama Islam
47	Vivi Rusandi	Responden 47	Pendidikan Agama Islam
48	Yahya Hari Tua Ritonga	Responden 48	Pendidikan Agama Islam
49	Agung Priwinoto	Responden 49	Pengembangan Masyarakat Islam
50	Ainul Fitri Yanti	Responden 50	Pengembangan Masyarakat Islam
51	Ana Muchalisah	Responden 51	Pengembangan Masyarakat Islam
52	Ayu Ramadani	Responden 52	Pengembangan Masyarakat Islam
53	Irvan Suhardi	Responden 53	Pengembangan Masyarakat Islam
54	Mawaddah Rangkuti	Responden 54	Pengembangan Masyarakat Islam
55	M. Anggara Desta Putra	Responden 55	Pengembangan Masyarakat Islam
56	M. Mahbubi Firdaus	Responden 56	Pengembangan Masyarakat Islam
57	Mukridin	Responden 57	Pengembangan Masyarakat Islam
58	Murniati	Responden 58	Pengembangan Masyarakat Islam
59	Nurahdiat	Responden 59	Pengembangan Masyarakat Islam
60	Nur Laylatun Nahar Lubis	Responden 60	Pengembangan Masyarakat Islam
61	Putri Annisah Rangkuti	Responden 61	Pengembangan Masyarakat Islam
62	Risa Sofiani	Responden 62	Pengembangan Masyarakat Islam
63	Sari Mahyuni Ritonga	Responden 63	Pengembangan Masyarakat Islam
64	Siska Aulia	Responden 64	Pengembangan Masyarakat Islam
65	Wilda Rahmah Hasanah	Responden 65	Pengembangan Masyarakat Islam

66	Abdul Mursyidan	Responden 66	Perbankan Syariah
67	Ainun Sakiyah	Responden 67	Perbankan Syariah
68	Asih Lusiani	Responden 68	Perbankan Syariah
69	Halimah Tussa'diah	Responden 69	Perbankan Syariah
70	Natulaini Harahap	Responden 70	Perbankan Syariah
71	Nuraima	Responden 71	Perbankan Syariah
72	Marda Yulita	Responden 72	Perbankan Syariah
73	M. Zaki Rahman	Responden 73	Perbankan Syariah
74	Rojita Siregar	Responden 74	Perbankan Syariah
75	Siti Nurhalimah Hanum	Responden 75	Perbankan Syariah
76	Tetty Malinda	Responden 76	Perbankan Syariah
77	Uswatun Hasanah Hasibuan	Responden 77	Perbankan Syariah
78	Widya Ashilah	Responden 78	Perbankan Syariah
79	Yosi Awinda Saputri	Responden 79	Perbankan Syariah
80	Nazwa Yunisa Utami	Responden 80	Ekonomi Syariah
81	Makhdalena	Responden 81	Ekonomi Syariah
82	Muhammad Rasyid Syakbandi	Responden 82	Ekonomi Syariah
83	Rayhanul Jannah	Responden 83	Ekonomi Syariah
84	Anisa. S	Responden 84	Pendidikan Islam Anak Usia Dini
85	Farah Irwansyah	Responden 85	Pendidikan Islam Anak Usia Dini
86	Nadira Efendi	Responden 86	Pendidikan Islam Anak Usia Dini
87	Nur Aisyah Dalimunthe	Responden 87	Pendidikan Islam Anak Usia Dini
88	Rika Herliana	Responden 88	Pendidikan Islam Anak Usia Dini
89	Aida Fitri Yesi	Responden 89	Psikologi Islam
90	Atiqah Asmaya Hafidzah	Responden 90	Psikologi Islam
91	Indah Sarinah	Responden 91	Psikologi Islam
92	Sepna Fanni Khairani	Responden 92	Psikologi Islam

**Lampiran 5 Tabulasi data Variabel X dan Y**

**1. Tabulasi Data Variabel X**

Pernyataan																				X_Total
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	3	3	5	4	4	4	85
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	99
4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	3	5	3	5	5	4	3	5	4	3	82
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	2	4	4	4	74
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	95
4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	3	5	3	4	4	4	3	5	4	4	82
4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	3	5	4	4	1	5	5	5	5	5	85
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	90
4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	1	4	4	5	4	3	4	5	5	83
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5	3	2	5	4	4	5	87
4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	3	4	84
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	97
4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	1	4	4	4	85
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	82
4	5	5	5	2	4	2	4	5	5	5	5	4	5	5	4	2	4	3	3	81
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	2	4	4	4	5	4	5	5	4	5	85
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	81
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	98
4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	2	4	3	4	5	4	5	2	4	4	81
4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	2	4	4	5	83

4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	95
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	2	3	3	5	4	3	5	4	5	80
5	3	5	4	4	5	3	3	5	5	3	5	4	4	4	3	4	4	5	5	83
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	94
5	4	3	5	5	4	5	1	3	4	5	4	3	5	5	4	4	3	5	4	81
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	4	4	5	5	94
5	3	2	4	4	5	4	4	5	4	4	5	1	2	5	4	5	4	2	4	76
5	3	3	3	3	4	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	63
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	90
4	3	4	5	5	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	79
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	2	3	4	77
5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	2	1	4	3	3	3	5	3	3	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	91
5	4	2	3	5	5	4	5	5	5	2	5	2	3	2	3	2	2	2	5	71
5	3	2	4	4	5	4	4	5	3	2	5	1	1	5	4	5	4	3	4	73
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	2	5	4	4	89
4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	2	5	4	4	87
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	2	4	3	5	4	4	1	4	5	5	85
4	4	5	4	4	2	2	2	5	4	3	5	3	3	4	3	4	5	3	3	72
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	94
4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	3	4	84
4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5	3	5	5	4	4	85
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	5	77
4	4	4	4	1	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	83

5	4	4	5	3	5	4	3	5	5	4	5	2	5	5	4	4	3	4	4	83
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	86
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	94
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	2	5	4	5	86
4	3	5	4	5	5	4	4	5	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	83
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	3	3	4	5	4	4	81
4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	2	5	5	4	3	4	4	2	4	5	84
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	3	5	5	4	4	5	5	5	90
3	1	5	3	4	5	3	4	5	4	1	5	1	1	5	1	5	2	4	4	66
3	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	1	5	4	3	1	3	4	5	70
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	91
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	3	3	5	3	5	90
4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5	90
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	87
4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	3	5	4	4	85
5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	85
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	87
4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3	3	4	2	2	4	3	3	4	4	74
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	84
4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	4	4	4	84
5	5	4	5	2	5	5	5	4	3	3	5	2	4	1	2	5	1	2	4	72
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	72
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	89
5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	2	5	2	5	4	4	5	4	4	5	84
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	2	4	5	4	5	5	91

5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	89
5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	90
5	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	4	1	2	5	4	1	4	4	5	70
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	5	4	4	2	1	5	5	86
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	4	79
5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	2	5	4	88
5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	84
4	3	5	4	5	4	3	3	1	3	2	5	4	4	5	3	5	4	4	5	76
4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	89
4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	5	80
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	3	5	3	4	5	4	4	83
4	3	4	4	4	5	3	5	5	4	4	5	3	4	2	3	4	4	4	4	78
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	3	3	2	4	4	4	4	4	77
4	4	5	4	4	2	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	1	5	4	4	77
4	4	5	3	3	5	3	4	5	4	3	5	1	4	5	4	2	5	4	4	77
5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	88
4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	2	1	4	4	5	4	5	81
4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	80
5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	2	4	2	4	2	4	2	3	4	3	76
5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	96
4	3	4	3	3	3	3	4	5	3	3	4	4	4	3	3	5	4	3	4	72
4	4	5	4	4	5	4	3	5	3	1	5	3	4	5	3	1	4	4	4	75

## 2. Tabulasi Data Variabel Y

Pernyataan																				Y_Total
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	
4	4	5	4	3	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	83
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	90
4	4	5	4	4	5	4	5	5	3	5	5	3	3	3	2	3	5	4	5	81
4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	80
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	5	4	5	5	5	5	5	94
4	5	5	4	4	5	2	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	85
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	96
5	5	5	4	4	5	1	4	1	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	82
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	94
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	1	4	4	5	4	4	85
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	85
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	97
4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	87
4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	91
4	5	5	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	1	5	4	4	75
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	92
3	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	2	4	3	4	76
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	94
5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	87
3	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	88
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	85

4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	4	4	5	3	4	80	
5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	91	
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	3	85	
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	93	
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	5	2	5	5	5	89	
3	5	5	5	3	5	3	5	5	3	4	5	3	3	4	5	3	2	3	5	79	
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	1	5	4	5	81	
4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	81	
4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	86	
3	4	5	5	5	1	3	4	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	81
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	98	
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	2	5	5	93	
5	2	5	2	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	4	5	3	2	2	80	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	5	2	5	4	5	89	
4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	90	
4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	3	5	5	4	4	3	2	4	4	4	80	
5	5	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	2	3	2	3	4	5	4	5	83	
3	4	5	5	4	5	4	4	5	3	3	5	5	3	4	4	3	3	5	5	82	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	97	
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	85	
4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	1	5	4	4	83	
5	5	4	5	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	5	5	82	
5	4	5	2	4	5	1	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	5	4	4	79	
5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	2	4	3	2	5	5	4	4	81	
4	4	5	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	77	

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	94
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	2	4	5	5	5	5	91
4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	3	5	3	3	3	1	4	5	3	3	75
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	84
4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	91
5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	2	4	3	4	5	4	4	86
4	3	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5	1	1	5	1	4	2	3	3	69
5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	5	3	3	4	2	2	5	3	3	79
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	89
5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	1	5	5	5	91
4	4	5	3	4	5	1	4	5	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	4	76
5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	91
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	85
4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	81
4	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	84
5	3	5	3	3	5	3	4	5	5	3	4	3	2	3	2	2	4	3	3	70
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	88
4	4	5	3	3	5	4	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	82
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	2	2	3	3	5	5	3	3	82
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	3	76
4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	2	3	5	1	3	5	5	5	85
4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	84
5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	86
4	5	5	4	4	5	1	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	85
4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	2	3	5	1	3	3	5	5	83

4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	3	4	4	5	4	4	4	4	4	81
5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	91
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	81
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	1	5	5	4	4	86
4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	82
5	5	5	5	4	5	1	5	5	5	4	5	2	3	4	4	5	5	3	5	85
3	2	1	4	2	1	4	2	3	4	1	5	4	4	4	4	4	4	4	5	65
4	4	5	4	4	5	3	3	5	5	4	1	4	4	1	4	4	3	4	4	75
3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	3	3	5	4	4	5	3	5	81
4	4	4	2	3	5	4	4	5	4	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	78
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	85
4	4	5	4	4	5	1	4	2	4	1	5	4	4	3	4	4	5	5	3	75
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	2	4	4	5	4	4	4	4	4	80
5	3	4	4	5	4	5	4	3	5	5	1	3	3	4	3	5	5	3	3	77
4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	80
4	4	5	4	4	1	4	4	3	3	4	5	3	4	3	3	4	5	3	4	74
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	2	4	4	4	5	76
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	5	94
4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	5	5	4	3	1	3	3	4	75
3	5	5	3	3	5	3	5	5	3	5	5	3	3	4	3	2	3	3	4	75











X20	Pearson Correlation	,129	,175	,102	,155	,354*	,152	,257*	,433*	,023	,346*	,165	,011	,322*	,279*	,087	,334*	,108	,091	,506*	1	,506**
	Sig. (2-tailed)	,220	,095	,334	,140	,001	,149	,013	,000	,828	,001	,115	,914	,002	,007	,412	,001	,304	,387	,000		,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X_Total	Pearson Correlation	,286**	,590*	,453*	,601*	,455*	,384*	,426*	,480*	,330*	,548*	,631*	,309*	,681*	,638*	,268*	,621*	,247*	,402*	,638*	,506*	1
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,003	,000	,000	,010	,000	,018	,000	,000	,000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																						

### Reliability X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,801	20





Y9	Pearson Correlation	,053	,170	,413*	,136	,238*	,398*	,248*	,352*	1	,042	,212*	,102	-,036	-,032	,109	,039	-,052	-,031	,105	,197	,390**
	Sig. (2-tailed)	,617	,105	,000	,195	,022	,000	,017	,001		,689	,043	,331	,730	,760	,300	,714	,624	,773	,317	,060	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y10	Pearson Correlation	,524**	-,034	,089	,041	,339*	,222*	,286*	,142	,042	1	,106	-,119	,069	,136	,104	,397*	,339*	,194	,172	,060	,476**
	Sig. (2-tailed)	,000	,749	,399	,699	,001	,034	,006	,178	,689		,315	,260	,513	,196	,323	,000	,001	,064	,102	,572	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y11	Pearson Correlation	,236*	,240*	,140	,058	,267*	,185	,174	,353*	,212*	,106	1	,203	-,154	-,140	,019	-,091	-,061	,083	-,018	,101	,333**
	Sig. (2-tailed)	,023	,021	,182	,582	,010	,078	,097	,001	,043	,315		,052	,142	,183	,861	,388	,563	,434	,864	,339	,001
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y12	Pearson Correlation	,099	,106	,059	,142	,058	,016	-,028	,238*	,102	-,119	,203	1	-,035	-,002	,133	,030	,075	,167	,175	,136	,291**
	Sig. (2-tailed)	,349	,314	,579	,177	,583	,882	,791	,022	,331	,260	,052		,743	,987	,208	,773	,477	,111	,095	,196	,005
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y13	Pearson Correlation	,131	,237*	,057	,184	,073	,004	,045	,052	-,036	,069	-,154	-,035	1	,575*	,035	,359*	,073	,007	,280*	,097	,370**

	Sig. (2-tailed)	,213	,023	,587	,079	,491	,972	,670	,622	,730	,513	,142	,743		,000	,737	,000	,490	,944	,007	,356	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y14	Pearson Correlation	,121	,305*	,049	,210*	,150	-,070	,134	,123	-,032	,136	-,140	-,002	,575*	1	,080	,497*	,142	,136	,421*	,256*	,483**
	Sig. (2-tailed)	,251	,003	,641	,044	,153	,505	,202	,241	,760	,196	,183	,987	,000		,447	,000	,178	,195	,000	,014	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y15	Pearson Correlation	,047	,009	,014	,138	,031	,203	,198	,283*	,109	,104	,019	,133	,035	,080	1	,079	,013	-,069	,073	,084	,317**
	Sig. (2-tailed)	,654	,930	,894	,190	,772	,052	,059	,006	,300	,323	,861	,208	,737	,447		,454	,900	,512	,488	,425	,002
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y16	Pearson Correlation	,022	,148	,173	,110	,139	,055	,136	,157	,039	,397*	-,091	,030	,359*	,497*	,079	1	,141	,121	,248*	,248*	,485**
	Sig. (2-tailed)	,834	,161	,099	,296	,187	,606	,196	,135	,714	,000	,388	,773	,000	,000	,454		,181	,249	,017	,017	,000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Y17	Pearson Correlation	,318**	-,139	-,058	,121	,242*	-,067	,018	,014	-,052	,339*	-,061	,075	,073	,142	,013	,141	1	,175	,086	-,070	,294**



Y_T otal	Pearson Correlation	,4 87 **	,507*	,392*	,527*	,579*	,403*	,433*	,652*	,390*	,476*	,333*	,291*	,370*	,483*	,317*	,485*	,294*	,370*	,576*	,454*	1
	Sig. (2-tailed)	,0 00	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,005	,000	,000	,002	,000	,004	,000	,000	,000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																						

## Reability Y

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	20

## Lampiran 8 Output Hasil Uji Hipotesis Melalui SPSS

### 1. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		92	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	5,51299847	
Most Extreme Differences	Absolute	,059	
	Positive	,049	
	Negative	-,059	
Test Statistic		,059	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		,200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	,603	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,590
		Upper Bound	,615

### 2. Uji Linearitas

#### ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Y * X	Between Groups	(Combined)	2453,541	30	81,785	2,755	,000
		Linearity	1498,691	1	1498,691	50,483	,000
		Deviation from Linearity	954,851	29	32,926	1,109	,358
Within Groups			1810,926	61	29,687		
Total			4264,467	91			

### 3. Uji Korelasi

#### Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	,593**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
Y	Pearson Correlation	,593**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

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

### 4. Uji Regresi Linear Sederhana

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,593 <sup>a</sup>	,351	,344	5,544

a. Predictors: (Constant), X

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1498,691	1	1498,691	48,768	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2765,777	90	30,731		
	Total	4264,467	91			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39,209	6,451		6,078	,000
	X	,538	,077	,593	6,983	,000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 9 Dokumentasi



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Lux Luil lahir di Padang, 25 Januari 2003. Anak dari pasangan Bapak Ramli dan Ibu Desmanizar. Merupakan anak ke empat dari enam bersaudara. Pada tahun 2009-2015 menempuh pendidikan sekolah dasar di SDN 034 Tambang, Jl. Bupati. Pada tahun 2015-2018 melanjutkan pendidikan sekolah di SMPN 03 Tambang, Jl. Tuanku

Tambusai Kualu. Pada tahun 2018-2021 melanjutkan pendidikan di salah satu pusat bimbingan belajar yaitu PKBM Harapan Bangsa di Jl. Suka Karya. Kemudian setelah tamat pada tahun 2021 melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru dengan jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah. Penulis pernah mengikuti organisasi HMPS (Himpunan Mahasiswa Program Studi) Pengembangan Masyarakat Islam. Kemudian penulis telah melakukan kegiatan KUKERTA (Kuliah Kerja Nyata) di Rumbai Timur tepatnya di kelurahan Lembah Sari. Serta penulis telah melakukan kegiatan PPL (Praktek Pengalaman Lapangan) di POS DA'I RIAU pada tahun 2023.

Penelitian ini penulis mulai pada bulan Mei tahun 2024 di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru. Dengan judul skripsi "**PENGARUH DAKWAH MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP TINGKAT RELIGIUSITAS MAHASISWA IAI DINIYYAH PEKANBARU**" dibawah bimbingan bapak Ahmad Maulana Anshori, M. Sos selaku pembimbing I dan Ibu Moralely Hendrayani, M.A selaku pembimbing II. Serta dinyatakan lulus dan berhak menyandang gelar S1 Sarjana Sosial pada tanggal 20 Juli 2024.

INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH PEKANBARU  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT**  
(LPPM-IAID)

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 100/Jl. Kuuu No.1 Telp. 0811-7069-222 Website: [www.diniyyah.ac.id](http://www.diniyyah.ac.id)Email: [admin@diniyyah.ac.id](mailto:admin@diniyyah.ac.id)

**LEMBAR DISPOSISI**

<b>Nomor Agenda:</b>		<b>Tanggal Terima:</b>	
<b>Asal Surat:</b> Skripsi Mahasiswa a.n. <b>Lux Luil</b>	<b>Tanggal terima:</b> 18 Juli 2024	<b>Nomor:</b> PMI. 041	<b>Lampiran:</b> File Skripsi
<b>Perihal: Cek Plagiarisme Skripsi</b>			
<b>Ditujukan:</b>  Kepada Yth; <b><u>Ketua Prodi PMI</u></b> IAI Diniyyah Pekanbaru	<b>Isi Disposisi:</b>  Skripsi atas nama <b>LUX LUIL; NIRM. 1216.20.2954</b> telah dicek Plagiasi, dengan <b>Persentase 30%</b> .  <b>ACC</b> , sebagai syarat mendaftar Sidang Munaqasah pada Program Studi PMI IAI Diniyyah Pekanbaru.		

Pekanbaru, 18 Juli 2024  
a.n. Ketua LPPM IAI Diniyyah  
PekanbaruSekretaris,

  
  
**SYAMSUL RIZAL, M.Pd.I.**