

Pengaruh Dakwah di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak

Lutfiana Allisa^{1,*}, Agus Triyono²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia

Correspondence author: L100180155@student.ums.ac.id

ABSTRACT

Tiktok is one of the fastest growing social media platforms in the world. The world of da'wah also uses social media to reach millennials. The use of social media as a medium for preaching has been carried out by many preachers in Indonesia, one of whom is Husain who is a young preacher by using Tiktok as his media for preaching. This study aims to analyze the effect of preaching on Tiktok social media on the level of religiosity in Demak. The population of this research is all Demak teenagers. The sampling technique used the Slovin formula using simple random sampling technique with a total of 97 people. Data analysis techniques were performed using simple linear regression analysis. The results showed that preaching on social media had a positive influence on the level of adolescent religiosity with a significance level of $0.02 < 0.05$ and a correlation coefficient of 0.386. Thus, the higher the exposure to da'wah broadcasts on social media, the level of religiosity of a teenager will also increase.

Keywords: *Da'wah, social media, Religiosity.*

ABSTRAK

Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang berkembang dengan cepat di dunia. Dunia dakwah juga memanfaatkan media sosial guna menjangkau kaum milenial. Pemanfaatan media sosial sebagai media untuk berdakwah telah dilaksanakan oleh banyak pendakwah di Indonesia, salah satunya adalah Husain yang merupakan pendakwah muda dengan menjadikan Tiktok sebagai media dakwahnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dakwah di media sosial Tiktok terhadap tingkat religiusitas di Demak. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh remaja di Demak. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan menggunakan teknik *simple random sampling* dengan jumlah 97 orang. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah di media sosial memiliki pengaruh positif terhadap tingkat religiusitas remaja sebesar dengan tingkat signifikansi sebesar $0,02 < 0,05$ dan koefisien korelasi sebesar 0,386. Dengan demikian, semakin tinggi terpaan tayangan dakwah di media sosial, maka tingkat religiusitas seorang remaja akan turut meningkat.

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

Pendahuluan

Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang berkembang dengan cepat di dunia. Tiktok mempunyai peluang bagi penggunaannya agar membuat video yang diikuti dengan filter, musik dan sejumlah fitur lainnya.

Dunia dakwah juga memanfaatkan media sosial guna menjangkau kaum milenial. Dengan adanya media dakwah melalui media sosial, remaja milenial tidak menganggap dakwah itu sebagai salah satu media yang kumpungan tetapi menarik untuk dipelajari (Musthofa, 2016).

Pemanfaatan media sosial sebagai media untuk berdakwah telah dilaksanakan oleh banyak pendakwah di Indonesia, salah satunya adalah Husain yang merupakan pendakwah muda dengan menjadikan Tiktok sebagai media dakwahnya. Alasannya adalah karena pengguna Tiktok saat ini diwarnai oleh beragam kalangan, tak terkecuali para remaja di Indonesia. Hal ini menjadikan Tiktok sebagai media dakwah yang cocok karena untuk mendekati para remaja tersebut sebagai sasaran dakwahnya (Marini, 2019).

Akun Tiktok @basyasman00 berisi tentang sejumlah video Husain yang kerap kali melakukan dakwah. Hal tersebut sangat jauh beda dengan perilaku remaja tiktok lainnya yang menjadikan Tiktok sebagai sarana untuk mengunggah video sedang berjoget untuk hiburan mereka. Husain mulai mengupload konten dakwahnya pada akun @basyasman00 sejak Maret 2020 dan hingga tanggal 19 September 2022 mempunyai followers 5,5 juta dengan 279,9 juta likes.

Penggunaan aplikasi Tiktok dalam proses penyampaian dakwah yang dilaksanakan oleh Husain pada akun @basyasman00 mempunyai respon positif. Sehingga *statement* Tiktok yang awalnya sebagai aplikasi yang hanya berisi konten-konten video tidak bermanfaat kini berubah menjadi aplikasi yang berisikan konten-konten positif salah satunya yaitu dakwah untuk menyaingi konten-konten yang

menyimpang atau tidak bermanfaat untuk umat islam sebagai metode penyampaian dakwah yang relevan pada era teknologi saat ini.

Salah satu kelompok remaja yang aktif menggunakan tiktok adalah siswa TKJ (Teknik Komunikasi dan Jaringan) di SMKN 2 Demak. Data tersebut didapatkan dari hasil wawancara pra-penelitian yang dilakukan dengan pihak sekolah yaitu guru agama islam dan waka kesiswaan yang mengungkapkan bahwa sebagian besar remaja di Demak mempunyai smartphone yang berbasis android dan mempunyai akun di tiktok. Hal tersebut bisa diketahui karena setiap hari siswa diperbolehkan membawa handphone ke sekolah.

Perkiraan presentase peserta didik yang mempunyai akun tiktok adalah sekitar 90%. Namun sikap religiusitas atau keagamaan peserta didik dinilai masih rendah. Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian yang dilakukan pada peserta didik, bahwasannya mereka masih sedikit yang mengakses beberapa akun yang mereka ikuti di akun video dakwah tiktok tersebut. Remaja di Demak yang sedikit mengikuti akun video dakwah dari tiktok dan memfollow/mengikuti akun tersebut telah menunjukkan bahwa remaja tersebut belum mempunyai minat dalam mempelajari agama Islam lebih dalam.

Penelitian seputar penggunaan media sosial TikTok terhadap kajian keagamaan

dan dunia pendidikan telah banyak dilakukan oleh sejumlah peneliti, namun belum ada yang fokus mengkaji dampak penggunaan media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas remaja, di Demak. Adapun alasan pemilihan Kota Demak sebagai tempat pelaksanaan penelitian yaitu karena Kota Demak merupakan kota ziarah yang kerap dikenal dengan Kota Wali atau Nagari Para Wali. Kota yang menjadi cikal bakal Islam di Jawa itu meninggalkan kenangan dan ingatan religius berupa Masjid Demak

dan makam Sunan Kalijaga. Dengan demikian, Kota Demak dianggap sangat cocok untuk dijadikan tempat penelitian.

Selain itu, akun @basyasman00 dipilih disebabkan karena di usianya yang paling muda diantara para pendakwah Tiktok lainnya, ia memiliki popularitas yang tinggi dibandingkan dengan pendakwah lain di Tiktok. Berikut ini merupakan tabel perbandingan terkait akun @basyasman00 dengan akun pendakwah lainnya:

Tabel 1. Perbandingan Popularitas Pendakwah di Tiktok

No.	Nama Pendakwah	Nama Akun Tiktok	Usia	Jumlah Followers	Jumlah Like
1.	Husain Basyaiban	@basyasman00	20 tahun	5,5 juta	279,9 juta
2.	Hanan Attaki	@hanan_attaki_	41 tahun	199,9 ribu	1,0 juta
3.	Syam El Marusy	@syam_elmarusy	30 tahun	3,6 juta	115,2 juta
4.	Agam Fachrul Samudra	@heyouw0	24 tahun	1,5 juta	29,6 juta
5.	Hamzali Abradinezad	@alinezad	24 tahun	3,5 juta	141,8 ribu

Sumber: Data primer diolah (2022)

Salah satu alasan yang menjadikan popularitas Husain Basyaiban tinggi di usianya yang paling muda diantara para pendakwah Tiktok lainnya yaitu dalam video dakwahnya dia menggunakan Bahasa yang mudah dipahami serta pembahasan yang ringan dengan tema-tema permasalahan anak muda. Tidak hanya populer di kalangan muda, Husain Basyaiban juga sangat populer di kalangan pejabat pemerintah salah satunya adalah Ketua Dewan Perwakilan Daerah

Republik Indonesia (DPD-RI), AA LaNyalla Mahmud Mattalitti. Beliau bertemu dengan Husain Basyaiban saat melakukan kunjungan kerja di Jawa Timur, tepatnya di JW Marriot Hotel pada 5 Maret 2022 lalu. Dalam pertemuan tersebut, mereka berbincang terkait masalah politik terutama situasi kebangsaan saat ini, salah satunya mengenai wacana penundaan Pemilu 2024. LaNyallah juga berpesan kepada Husain untuk mengedukasi *followers*-nya sebagai

generasi milenial untuk melek politik agar berkontribusi terhadap pembangunan bangsa di masa depan (Kominfo.jatimprov.go.id, 2022).

Selain itu, Husain Basyaiban memiliki keunikan tersendiri yaitu ia melakukan adaptasi pada setiap penampilan dalam menyampaikan dakwahnya. Ia mengaku bahwa penampilan dakwahnya di Tiktok dengan dakwah secara langsung di majelis-majelis ilmu sangat berbeda, jika dalam kegiatan dakwah yang dilakukan secara konvensional ia mengenakan pakaian muslim seperti gamis dan kopyah, namun saat menyampaikan dakwah di Tiktok ia mengenakan pakaian-pakaian santai seperti kaos atau *hoodie* tanpa menggunakan kopyah dengan bahasa santai dan gaul mengikuti perkembangan media untuk menarik perhatian target utama dakwahnya yakni anak-anak muda.

Teori yang akan digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen adalah teori SOR (*Stimulus Organism Response*). Teori SOR menjelaskan bahwa setiap proses dari efek media pada individu harus dimulai dengan perhatian, atau terpaan pada beberapa pesan media (Mc Quail, 2011). Stimulus ± Response Model ini menjelaskan proses bagaimana efek media terhadap individu. Terpaan efek media dimulai ketika adanya stimulus yang ada ketika individu mengkonsumsi pesan dari media sosial dan

dari stimulus berupa pesan menghasilkan reaksi pada individu tersebut.

Teori ini juga disebut sebagai Teori SOR. Singkatnya, menurut teori ini, media massa amat perkasa dalam mempengaruhi penerimaan pesan. Teori SOR menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan yaitu khalayak. Media massa mengeluarkan stimulus dan penerima pesan menanggapi dengan menunjukkan respons sehingga dinamakan teori stimulus respons.

Asumsi dari teori SOR yaitu perilaku bisa berubah jika rangsangan (stimulus) yang diberikan kuantitasnya melebihi dari stimulus semula. Artinya yaitu stimulus yang diberikan kepada seorang individu harus bisa memberikan keyakinan yang penuh terhadap organisme. Maka dari itu, guna memberikan keyakinan yang optimal kepada individu tersebut diperlukan faktor *reinforcement*. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan bisa menghasilkan dua respon yaitu diterima atau ditolak. Komunikasi dapat berlangsung apabila terdapat perhatian dari komunikan, sehingga komunikan dapat mengerti pesan yang disampaikan, sehingga ia bisa memproses pesan tersebut dapat mengubah sikap individu tersebut atau tidak.

Aplikasi teori SOR dalam penelitian ini yaitu mengenai terpaan tayangan dakwah di media sosial Tiktok terhadap tingkat

religiusitas siswa, maka dapat ditentukan sebagai berikut:

S (stimulus) : tayangan dakwah di media sosial Tiktok

O (organisme): komunikan (siswa Teknik Komunikasi dan Jaringan di SMKN 2 Demak)

R (respon) : perilaku religius

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarakan oleh suatu media. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan media online.

Terpaan tayangan adalah suatu perilaku seseorang (audiens) dalam menggunakan media. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang di konsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Ma'arif, 2015).

Terpaan tayangan dapat dilihat dari 3 faktor yaitu sebagai berikut (Elvinaro, 2004):

1. Frekuensi, dapat diukur berdasarkan seberapa sering komunikan dari media melihat, membaca, dan mendengarkan media tersebut. Semakin tinggi frekuensi, pesan semakin menempel

dalam benak konsumen dan menimbulkan perhatian dari audiens.

2. Atensi, suatu proses mental seseorang dalam menyimak pesan di media. Meliputi melihat, membaca, dan mendengarkan media dengan tidak melakukan kegiatan lain. Unsur audio, video, dan sebagainya berperan dalam hal ini. Karena menentukan ketertarikan dan fokus khalayak ketika menyimak isi pesan.
3. Durasi, Yaitu seberapa lama media dilihat, didengarkan dan dibaca oleh khalayak.

Religiusitas adalah melakukan suatu perbuatan ibadah yang dilakukan secara berulang-ulang (istiqomah), konsis ten, dan tanpa adanya suatu keterpaksaan dari individu lain yang dilandasi dengan rasa keikhlasan, rasa ketulusan, kepasrahan diri, kerendahan diri, dan mengharap rahmat serta ridhonya ketika menghadap kepada sang pemilik (Azlan dkk, 2020). Religiusitas adalah seberapa jauh akan pengetahuan, seberapa mantap keyakinan, seberapa besar pelaksanaan ibadah dan kaidah serta seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya (Aviyah, 2015).

Religiusitas diidentikkan dengan keberagaman dan keselarasan di dalam melaksanakan suatu ibadah dalam agama yang dianutnya (Arifin dkk, 2022). Religiusitas adalah suatu cara pandang dari buah pikiran (*mind of sense*) seseorang

mengenai agamanya serta bagaimana individu tersebut menggunakan keyakinan atau agamanya dalam kehidupan sehari-hari (Ancok dan Fuad, 2001).

Religiusitas dapat dilihat dari tiga faktor yaitu sebagai berikut (Ancok dan Fuad, 2001):

1. Keyakinan, menunjuk pada tingkat keyakinan atau keimanan seseorang terhadap kebenaran ajaran agama, terutama terhadap ajaran-ajaran agama yang bersifat fundamental dan dogmatik.
2. Praktik Agama, yakni sejauh mana seseorang menjalankan kewajiban-kewajiban ritual agamanya.
3. Pengalaman, berkaitan dengan pengalaman yang diperoleh dan dirasakan individu selama menjalankan ajaran agama yang diyakini.

Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu yang berfungsi sebagai salah satu pedoman atau acuan penulis pada saat melaksanakan penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Ahmad Maujuhan Syah (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Dakwah Media sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al Muhtadi Sendangagung”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa youtube memberikan pengaruh signifikan terhadap religiusitas siswa, namun bukan

murni itu saja. Siswa cenderung lebih mencontoh tingkah laku yang mereka lihat secara langsung. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menganalisis pengaruh terpaan tayangan dan kaitannya dengan religiusitas. Perbedaannya terletak pada media yang digunakan. Penelitian ini menggunakan media tiktok, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan media *youtube*.

Yola Novitalia (2020) dengan judul penelitiannya “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Remaja Di Desa Benteng Utara Kecamatan Sungai BATang Kabupaten Indra Giri Hilir Provinsi Riau”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak positifnya media sosial memberikan pengaruh baik, karena memberikan keuntungan bagi remaja yang memanfaatkan media sosial dengan baik. Dampak negatifnya, mengubah pola kehidupan seseorang, membuat seseorang lalai sehingga lupa waktu utamanya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menganalisis pengaruh media sosial. Perbedaannya terletak pada media yang digunakan. Penelitian ini menggunakan media tiktok, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan media sosial secara umum. Selain itu, penelitian sebelumnya menghubungkan penggunaan media dengan pemahaman keagamaan, sedangkan penelitian ini dihubungkan dengan tingkat religiusitas.

Aguslianto (2017) dengan judul penelitiannya “Pengaruh Sosial Media Terhadap Akhlak Remaja”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial ternyata lebih besar dari pada pengetahuan remaja. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menganalisis pengaruh media sosial. Perbedaannya terletak pada media yang digunakan. Penelitian ini menggunakan media tiktok, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan media sosial secara umum. Selain itu, penelitian sebelumnya menghubungkan penggunaan media dengan akhlak, sedangkan penelitian ini dihubungkan dengan tingkat religiusitas.

Hanifah Wiga Tresani (2018) dengan judul penelitiannya “Pengaruh Video Dakwah Di Akun Media Sosial (Instagram) Terhadap Sikap Keagamaan Peserta Didik Di SMA Negeri 1 Tumiajar Tahun Ajaran 2018/2019”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara video dakwah terhadap sikap keagamaan peserta didik SMA Negeri 1 Tumijajar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menganalisis pengaruh terpaan tayangan. Perbedaannya terletak pada media yang digunakan. Penelitian ini menggunakan media tiktok, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan media *instagram*. Selain itu, penelitian sebelumnya menghubungkan terpaan tayangan dengan

sikap keagamaan, sedangkan penelitian ini dihubungkan dengan tingkat religiusitas.

Berdasarkan kerangka teori diatas, maka penelitian ini memiliki hipotesis yaitu sebagai berikut:

H₀ : Terpaan tayangan dakwah di media sosial tiktok diduga tidak berpengaruh terhadap tingkat religiusitas remaja di Demak

H₁ : Terpaan tayangan dakwah di media sosial tiktok diduga berpengaruh terhadap tingkat religiusitas remaja di Demak

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2015). Penelitian ini dilaksanakan di Demak. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terpaan tayangan, sedangkan variabel terikat (Y) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu religiusitas.

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja di Demak yaitu siswa-siswi di SMK N 2 Demak yang terdiri dari 4 kelas dengan masing-masing kelas berjumlah 32 orang. Dengan demikian

jumlah populasi dari penelitian ini yaitu 128 orang. Sedangkan untuk pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Setelah ditentukan jumlah sampel tersebut akan peneliti dapat menentukan siapa saja yang akan dijadikan responden. Berikut merupakan jumlah sampel yang digunakan berdasarkan rumus Slovin:

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

$$= \frac{128}{1+128(0,05)^2}$$

$$= 96,9 = 97 \text{ orang}$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 97 orang.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Statistik Deskriptif. Teknik analisis statistik deskriptif, menurut Sugiyono (2014) merupakan salah satu metode dalam menganalisis data dengan menggambarkan data yang sudah dikumpulkan, tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (generalisasi). Adapun teknik

pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui kuesioner, yaitu memberikan sejumlah pertanyaan yang dibagikan pada responden untuk dijawab menggunakan banyak sekali macam metode yang sudah ditetapkan, guna memperoleh informasi yang sinkron menggunakan konteks penelitian ini. Kuesioner yang dipakai pada penelitian ini merupakan informasi lapangan tertutup yang merupakan peneliti menyediakan jawaban dan responden tinggal menentukan jawabannya yang mana paling cocok atau paling sinkron menggunakan responden masing-masing, tujuannya buat mempermudah responden & peneliti pada memperoleh data yang akurat. Data yang telah terkumpul, dianalisis menggunakan teknik analisis data regresi linier sederhana menggunakan SPSS 24.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tahap awal dalam melakukan regresi linier sederhana pada penelitian ini yaitu dengan melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Tabel 2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Indikator	Nilai	Syarat	Keputusan
Normalitas	Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	> 0,05	Normal
Multikolinieritas	VIF (Terpaan Tayangan)	1,004	>10	Bebas Multikolinieritas
	VIF (Religiusitas)	1,004	>10	Bebas Multikolinieritas
Heteroskedastisitas	Sig. (Terpaan Tayangan)	0,120	>0,05	Bebas Heteroskedastisitas

Sig. (Religiusitas)	0,909	>0,05	Bebas Heteroskedastisitas
------------------------	-------	-------	------------------------------

Sumber: Data Primer diolah.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik diatas, dapat diketahui bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik yaitu data telah berdistribusi normal, tidak terjadi gejala multikolinieritas, serta bebas dari asumsi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model yang digunakan bisa dilanjutkan ke tahap uji selanjutnya yaitu tahap analisis regresi linier sederhana.

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel tergantung. Hasil analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	s		
	B	Std. Error				
1	(Constant)	14.069	4.295		3.276	.002
	Terpaan Tayangan	.386	.120	.396	3.224	.002

Sumber: Data Primer diolah.

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linier berganda diatas, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 14,069 + 0,386X$$

Nilai konstanta sebesar 14,069 menunjukkan jika variabel bebas yaitu terpaan tayangan bernilai nol maka dapat diprediksi akan tingkat religiusitas siswa sebesar 14,069 satuan. Variabel terpaan tayangan (X) memiliki nilai koefisien sebesar 0,386, artinya jika nilai variabel

terpaan tayangan meningkat sebesar 1 dan yang lain konstan, maka dapat diprediksi nilai variabel religiusitas meningkat sebesar 0,386.

Hasil Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji statistik dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4 Hasil Uji t

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.069	4.295		3.276	.002
	Terpaan Tayangan	.386	.120	.396	3.224	.002

Sumber: Data Primer diolah.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil penelitian uji t adalah terpaan tayangan (X) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,1$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terpaan tayangan secara parsial berpengaruh terhadap religiusitas siswa.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.396 ^a	.257	.141	3.990

Sumber: Data Primer diolah.

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji koefisien determinasi (R^2) diatas menunjukkan nilai *R square* sebesar 0,257 (25,7%) dapat diinterpretasikan bahwa kemampuan model terpaan tayangan (X) menerangkan variasi variabel religiusitas (Y) sebesar 25,7% dan sisanya dipengaruhi variabel independen lainnya sebesar 74,3%.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terpaan tayangan berpengaruh

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur besarnya sumbangan variable bebas terhadap variable terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

terhadap religiusitas siswa. Hubungan antara terpaan tayangan dengan religiusitas siswa adalah positif. Artinya yaitu ketika terpaan tayangan meningkat, maka religiusitas siswa juga ikut meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika terpaan tayangan menurun maka religiusitas siswa juga ikut menurun.

Terpaan tayangan terdiri dari tiga dimensi yaitu frekuensi, atensi, dan durasi. Dari ketiga dimensi terpaan tayangan tersebut, yang memiliki pengaruh paling tinggi terhadap tingkat religiusitas siswa

yaitu atensi. Artinya adalah tingkat religiusitas seseorang dapat dipengaruhi oleh atensi atau perhatian seseorang terhadap video dakwah yang ditayangkan oleh akun Tiktok @basyasman00. Atensi atau perhatian dalam hal ini dapat didefinisikan sebagai pemrosesan secara sadar sejumlah informasi yang tersedia atau ditayangkan dalam video dakwah yang di *upload* oleh a@basyasman00.

Selain itu, pada variabel atensi sejumlah responden dalam penelitian ini sangat percaya bahwa isi tawayan konten dakwah yang disajikan oleh @basyasyman00 di Tiktok dapat memberi pengetahuan baru. Indikator ini merupakan indikator dengan nilai *mean* tertinggi dibandingkan indikator atensi lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat religiusitas remaja dapat dipengaruhi oleh terpaan tayangan melalui dimensi atensi dengan indikator kepercayaan terhadap adanya pengetahuan baru.

Selain itu, dimensi dengan pengaruh yang paling rendah terhadap tingkat religiusitas yaitu frekuensi dengan indikator pernyataan paling rendah yaitu responden kurang setuju terhadap pernyataan bahwa mereka menontoh konten dakwah @basyasyman00 di Tiktok lebih dari setengah jam setiap hari.

Berdasarkan pembahasan tersebut, mengartikan bahwa efek yang ditimbulkan dari video dakwah di media sosial Tiktok

dapat memberikan suatu reaksi perubahan religiusitas pada komunikan. Hal ini sesuai dengan teori S-O-R yang menyatakan bahwa efek yang ditimbulkan dari suatu pesan dapat memberikan suatu reaksi tertentu juga kepada komunikan. Proses perubahan sikap religiusitas individu dapat terjadi apabila banyak stimulus yang diterima oleh individu. Maka semakin banyak informasi terkait dakwah yang diserap oleh remaja maka semakin tinggi pula tingkat religiusitas siswa.

Dengan demikian, hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori S-O-R yang menunjukkan adanya hubungan positif antara terpaan tayangan dengan religiusitas siswa. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ahmad Maujuhan Syah (2020) yang juga meneliti pengaruh dari dakwah media sosial *Youtube* terhadap religiusitas dengan hasil peneliitan bahwa *Youtube* memberikan pengaruh signifikan terhadap religiusitas siswa. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa dakwah media sosial Tiktok memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat religiusita siswa. Artinya siswa dapat meningkatkan ketakwaan dan keimanan mereka melalui terpaan tayangan yang diberikan oleh media sosial Tiktok.

Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Yola Novitalia (2020) yang meneliti pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan pemahaman

keagamaan remaja dengan hasil penelitian bahwa dampak positif media sosial memberikan pengaruh baik karena memberikan keuntungan bagi remaja yang memanfaatkan media sosial dengan baik. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial dapat memberikan dampak yang positif terhadap remaja yaitu mereka dapat meningkatkan religiusitas mereka dengan cara menggunakan media sosial Tiktok dengan baik yaitu menonton akun Tiktok @basyasman00.

Terakhir, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Aguslianto (2017) yang meneliti pengaruh sosial media terhadap akhlak remaja dengan hasil penelitian bahwa media sosial memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap pembentukan akhlak remaja dibandingkan pengetahuan remaja. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial memang memberikan pengaruh besar terhadap tingkat religiusitas remaja.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak”, didapatkan kesimpulan bahwa terpaan tayangan secara parsial berpengaruh terhadap religiusitas siswa.

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan, maka dapat disampaikan beberapa saran yaitu pertama, pihak *conten*

creator dapat memperhatikan kualitas konten video yang akan ditayangkan di media sosial Tiktok. Dalam hal ini, pihak *content creator* harus mengoptimalkan kualitas tayangan yang diberikan, sebab terpaan tayangan merupakan variabel yang paling dominan dalam pembentukan tingkat religiusitas siswa.

Kedua, peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain selain dalam penelitian ini, sebab *R-Square* yang didapatkan dalam penelitian ini hanya 0,259 artinya kemampuan model terpaan tayangan (X) menerangkan variasi variabel religiusitas siswa (Y) sebesar 25,7% dan sisanya dipengaruhi variabel independen lainnya sebesar 74,3%.

Daftar Pustaka

- Aguslianto. 2017. *Pengaruh Sosial Media terhadap Akhlak Remaja*. Thesis. Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Aceh.
- Ancok, Jamaludin dan Fuad Anshari Suroso. 2001. *Psikologi Islam : Solusi Islam Atas Problema Problema Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Imamul., dkk. 2022. The Influence of Dakwah Through Social Media Toward Student Understanding of Islam. *Digital Press Social Sciences and Humanities* 8:00003.
- Aviyah, Evi Farid Muhammad. 2014. Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*. Vol. 3, No. 02.
- Azlan, Nurul AM., dkk. 2020. Spiritualizing

- New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Malaysian Muslim. *International Journal of Advanced Research in Islamic and Humanities*, Vol. 2, No. 3.
- Azwar, S. 2015. *Metode Penelitian*. Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal : 115
- Elvinaro, Ardianto. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Inet.detik.com. 2018. *Blokir Tik Tok Resmi Dibuka!*. Diakses dari https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi3qfWW25_6AhV1SmwGHYyADOAQFnoECAUQAQ&url=https%3A%2F%2Fnet.detik.com%2Fcyberlife%2Fd-4107762%2Fblokir-tik-tok-resmi-dibuka&usq=A0vVaw3M616oJ-_4DQGM_T97xiFE, pada tanggal 15 Mei 2022.
- Jalaluddin, Rahmat. 2005. *Psikologi Komunikasi* edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kominfo.jatimprov.go.id. 2022. *Bertemu Kreator Tiktok Husain Baysaiban, Ketua DPD RI Dorong Milenial Melek Politik*. Diakses dari <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/bertemu-kreator-tiktok-husain-basyaiban-ketua-dpd-ri-dorong-milenial-melek-politik>, pada tanggal 19 September 2022.
- Ma'arif, Bambang S. 2015. *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rikatama Media.
- Marini, Riska. 2019. *Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di SMPN 1 Gunung Sugih Lab. Lampung Tengah*.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba. Humanika.
- Musthofa. 2016. Prinsip Dakwah Via Media Sosial. *Aplikasia, Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 16(1).
- Nugraha, Restu Adi., dkk. (2020). Islamic Da'wah Through Social Media as a Means of Political Education. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 418.
- Novitalia, Yola. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Remaja Di Desa Benteng Utara Kecamatan Sungai Batang Kabupaten Indra Giri Hilir Provinsi Riau*. Skripsi. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.
- Sugiyono. 2014. *Metode Peneleitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta. Hal : 130
- Syah, Ahmad M. 2019. Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA.Al-Muhtadi Sendangagun. *Busyro: Vol. 1, No. 1*.
- Tresani, Hanifah Wiga. 2019. *Pengaruh Video Dakwah Di Akun Media Sosial (Instagram) Terhadap Sikap Keagamaan Peserta Didik Di Sma Negeri 1 Tumijajar Tahun Ajaran*