

PERAN KONTEN ISLAMI TIKTOK TERHADAP MOTIVASI IBADAH MAHASISWA: STUDI KUALITATIF PADA MAHASISWA SEMESTER 6

Maulida Hasanah¹, Astuti Darmiyanti², Vismaia Nur Fitriani³

^{1,2,3} Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang

Email: 2310631110023@student.unsika.ac.id¹, astuti.darmiyanti@fai.unsika.ac.id²,
vismaia.nur@fikes.unsika.ac.id³

Info Artikel

Abstract

Keywords:

TikTok, Islamic content, worship motivation, students, digital preaching.

This study aims to analyze the contribution of Islamic content on TikTok in increasing the worship motivation of sixth-semester students. This study uses a qualitative approach with a descriptive type. The informants involved in this study consisted of four sixth-semester students who actively use TikTok and have accessed Islamic content, selected using a purposive sampling technique. Data were collected through semi-structured interviews conducted online via WhatsApp and analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing methods. The results show that students actively access various Islamic content, including short sermons, religious podcasts, stories of the prophets and companions, religious motivation, and Quran recitations. This content is considered interesting because it is presented concisely, creatively, and easily understood. The research findings also indicate that Islamic content on TikTok plays a role in increasing students' worship motivation, such as encouraging timely prayer, increasing the habit of reading the Quran, and fostering awareness of self-improvement. However, there are risks associated with the dissemination of unverified religious information, so a critical attitude and digital literacy skills are needed when accessing religious content on social media. Further research is suggested to investigate the contribution of Islamic content to aspects of student religiosity by involving more diverse informants.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi konten Islami di TikTok dalam meningkatkan motivasi beribadah mahasiswa semester 6. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Informan yang terlibat dalam penelitian ini terdiri dari empat mahasiswa semester 6 yang aktif menggunakan TikTok serta pernah mengakses konten Islami, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur yang dilakukan secara daring melalui WhatsApp dan dianalisis dengan metode reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa secara aktif mengakses berbagai konten Islami, termasuk ceramah singkat, podcast keagamaan, kisah nabi dan sahabat, motivasi religius, serta tilawah Al-Qur'an. Konten-konten tersebut dianggap menarik karena disajikan secara ringkas, kreatif, dan mudah dipahami. Temuan penelitian juga mengindikasikan bahwa

Kata kunci:

TikTok, konten Islami, motivasi ibadah, mahasiswa, dakwah digital.

konten Islami di TikTok berperan dalam menaikkan motivasi ibadah mahasiswa, seperti mendorong pelaksanaan salat tepat waktu, meningkatkan kebiasaan membaca Al-Qur'an, serta menumbuhkan kesadaran untuk memperbaiki diri. Namun, terdapat risiko terkait penyebaran informasi keagamaan yang tidak terverifikasi, sehingga diperlukan sikap kritis dan keterampilan literasi digital saat mengakses konten keagamaan di media sosial. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menyelidiki kontribusi konten Islami terhadap aspek religiusitas mahasiswa dengan melibatkan informan yang lebih beragam.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial saat ini memiliki dampak signifikan pada pola komunikasi masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. Media sosial digunakan bukan hanya untuk hiburan dan komunikasi saja, tetapi juga untuk menyebarkan informasi, pendidikan, dan bahkan penyebaran agama. Menurut Nasrullah (2017), kekuatan media sosial terletak pada kemampuannya untuk membangun hubungan dengan khalayak luas dan dapat diakses kapan saja, di mana saja, tanpa batasan ruang atau waktu, tidak seperti media tradisional yang tunduk pada pembatasan dalam penyebaran informasi. Melalui media sosial, pengguna dapat berkomunikasi satu sama lain, berbagi informasi, dan bertukar pesan dalam berbagai bentuk, seperti teks, gambar, audio, atau video (Asmuni & Irawan, 2025). Salah satu platform media sosial yang paling sering digunakan di kalangan generasi muda adalah TikTok. Platform ini populer karena menyajikan konten dalam bentuk video pendek, menarik, dan mudah diakses, sehingga menarik perhatian pengguna. Selain digunakan sebagai media hiburan, TikTok juga berkembang menjadi media dakwah digital melalui berbagai konten Islami seperti ceramah singkat, ajakan motivasi untuk hijrah, pengingat waktu shalat, dan pendidikan agama, yang dapat menjangkau khalayak luas.

Konten Islami yang beredar di TikTok hadir dalam berbagai bentuk, termasuk ceramah singkat, podcast keagamaan, postingan motivasi tentang Hijrah, pengingat waktu shalat, bacaan Al-Quran, dan informasi tentang ajaran Islam. Penyajian konten yang ringkas, menarik, dan mudah dipahami menjadikan TikTok salah satu platform media yang sering digunakan oleh generasi muda untuk mengakses informasi keagamaan. Mahasiswa, sebagai kelompok yang aktif menggunakan media sosial, memiliki peluang besar untuk bertemu dengan beragam konten Islami yang disebarkan di platform ini. Menurut Wahyuni & Harahap (2023), media sosial dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk Dakwah (penyebaran agama Islam) karena dapat menjangkau khalayak luas dengan cepat dan interaktif. Dalam konteks ini, Firdaus et al. (2025), mencatat bahwa penggunaan media sosial sebagai media Dakwah digital dapat memperluas penyebaran nilai-nilai Islam di kalangan generasi muda yang akrab dengan perkembangan teknologi. Situasi ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berpotensi menjadi sarana pembelajaran agama dan penyebaran pesan-pesan Islam di kalangan pelajar.

Dari perspektif psikologi agama, perilaku seseorang pada dasarnya dipengaruhi oleh keyakinan agamanya. Khoiruddin (2017), mengamati bahwa perilaku manusia yang terlihat secara lahiriah merupakan ekspresi dari keyakinan agama individu. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai agama sangat erat kaitannya dengan pembentukan sikap, perilaku, dan motivasi seseorang dalam menjalankan imannya. Dakwah sendiri merupakan kewajiban bagi setiap Muslim untuk berbagi ajaran Islam dengan sesama manusia. Kegiatan dakwah telah berlangsung sejak zaman Nabi Muhammad (saw) dan bertujuan untuk membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik

sesuai dengan ajaran Islam dan untuk meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat (Saputri et al., 2025). Di era digital saat ini, dakwah tidak hanya dilakukan secara langsung melalui ceramah di masjid atau Majelis Taklim (pertemuan keagamaan), tetapi juga berkembang melalui media sosial, yang lebih mudah diakses oleh generasi muda.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa TikTok berpotensi menjadi media digital untuk dakwah (penyebaran ajaran Islam). Febriana (2021), menemukan bahwa TikTok dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam melalui konten yang menarik dan mudah diakses oleh generasi muda. Lebih lanjut, Palupi et al. (2021), mencatat bahwa konten dakwah Islam di TikTok sangat beresonansi dengan pengguna dan karenanya berpotensi menjadi sarana penyebaran nilai-nilai Islam. Dalam konteks ini, Ibad (2025), menjelaskan bahwa konten dakwah Islam di TikTok memiliki daya tarik khusus karena singkat, kreatif, dan disesuaikan dengan karakteristik pengguna media sosial. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan tetapi juga dapat digunakan sebagai media yang efektif untuk dakwah Islam di era digital.

Meskipun beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi sebagai media digital untuk Dakwah (penyebaran agama Islam), sebagian besar penelitian masih berfokus pada penggunaan TikTok sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan dan pada reaksi pengguna terhadap konten Dakwah. Penelitian-penelitian ini sejauh ini jarang menyelidiki bagaimana konten Islami di TikTok secara langsung berkontribusi pada peningkatan motivasi siswa untuk menjalankan agama mereka. Lebih lanjut, penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji pengalaman dan pandangan siswa mengenai pengaruh konten Islami terhadap kehidupan keagamaan mereka masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bersifat baru karena menggunakan pendekatan kualitatif untuk berfokus pada peran konten Islami di TikTok dalam memotivasi siswa semester enam untuk terlibat dalam praktik keagamaan.

Berdasarkan pengamatan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran konten Islami di TikTok dalam memotivasi mahasiswa semester enam untuk menjalankan agama mereka. Penelitian ini berfokus pada frekuensi mahasiswa mengakses konten Islami, daya tarik konten yang mereka konsumsi, pengaruhnya terhadap motivasi mereka untuk menjalankan agama, dan persepsi mahasiswa tentang TikTok sebagai media digital untuk Dakwah (penyebaran agama Islam). Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan wawasan tentang peran media sosial dalam membentuk perilaku keagamaan mahasiswa di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman dan pandangan mahasiswa terkait peran konten Islami TikTok terhadap motivasi ibadah mereka. Studi ini mengadopsi metode kualitatif sebab peneliti ingin mendalami situasi sosial yang sedang diteliti dan mendapatkan informasi yang bermakna terkait fenomena yang terjadi (Sugiyono, 2013).

Subjek penelitian ini terdiri atas 4 mahasiswa semester 6 yang aktif menggunakan aplikasi TikTok dan pernah mengakses konten Islami. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2013). Pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang aktif menggunakan TikTok dan memiliki pengalaman menonton konten

Islami di platform tersebut, sehingga dianggap dapat memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur secara daring menggunakan aplikasi WhatsApp pada tanggal 26 Mei 2026. Wawancara dilakukan berdasarkan pedoman pertanyaan yang telah disusun sebelumnya, namun tetap memberikan kesempatan kepada informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih mendalam. Data penelitian diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, yang memberikan keleluasaan lebih dibandingkan wawancara terstruktur. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terkait fokus penelitian (Sugiyono, 2013). Selain itu, dokumentasi berupa hasil percakapan wawancara digunakan sebagai data pendukung penelitian.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2013). Untuk memastikan keabsahan data, dilakukan member check melalui pengecekan kembali hasil wawancara kepada informan guna memastikan bahwa data yang diperoleh sejalan dengan informasi yang disampaikan oleh informan (Mekarisce, 2020). Teknik ini digunakan untuk meningkatkan kredibilitas dan keakuratan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini melibatkan empat mahasiswa yang berada di semester 6 yang secara aktif menggunakan aplikasi TikTok dan telah mengakses konten Islami. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur untuk mendalami pengalaman dan pandangan para informan mengenai pengaruh konten Islami di TikTok terhadap motivasi beribadah. Hasil wawancara mengungkapkan beberapa tema utama, yaitu pemanfaatan TikTok dalam keseharian, daya tarik konten Islami, pengaruhnya terhadap motivasi beribadah, perubahan dalam kebiasaan beribadah, efektivitas TikTok sebagai media dakwah, serta dampak negatif yang dirasakan oleh para informan.

Keempat informan memanfaatkan TikTok dalam aktivitas sehari-hari dengan berbagai tingkat penggunaan. Dua informan melaporkan bahwa mereka sering membuka TikTok saat memiliki waktu kosong, satu informan menggunakan TikTok sekitar 30 menit setiap harinya, sementara satu informan lain mengakui bahwa ia kini jarang menggunakan aplikasi tersebut. Namun, seluruh informan telah pernah melihat berbagai jenis konten Islami yang ada di TikTok.

Konten Islami yang paling banyak ditonton mencakup ceramah keagamaan, podcast tentang Islam, cerita nabi dan sahabat, motivasi religius, pembacaan Al-Qur'an, serta konten yang mengulas kehidupan sehari-hari seorang muslim. Sebagian besar informan berpendapat bahwa konten Islami di TikTok menarik karena disajikan secara singkat, menarik, dan mudah dimengerti. Informan 1 menyatakan:

“Menurut saya karena kalau di TikTok durasinya tidak panjang dan hal itu membuat saya tidak bosan.” (EL, Informan 1)

Pernyataan serupa diungkapkan oleh Informan 3, yang berpendapat bahwa konten dakwah di TikTok lebih mudah dipahami karena menggunakan bahasa yang sederhana dan relevan dengan kehidupan anak muda.

“Cara penyampaiannya mudah dipahami, pembawaan santai, dan relate dengan keadaan dalam setiap individunya.” (FA, Informan 3)

Hasil dari wawancara mengindikasikan bahwa konten Islami di TikTok berdampak positif terhadap semangat ibadah mahasiswa. Semua informan menyatakan bahwa mereka pernah merasa

terdorong untuk meningkatkan kualitas ibadah setelah melihat konten-konten religius. Jenis motivasi yang dirasakan mencakup peningkatan kesadaran untuk menjalankan salat, membaca Al-Qur'an, melakukan perbaikan diri, dan lebih mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Informan 1 menyatakan bahwa materi yang mencakup pengingat salat serta cerita tentang perjuangan nabi dan sahabat dapat menyentuh hatinya dan mendorongnya untuk lebih giat dalam beribadah.

“Ketika saya menonton konten yang mengingatkan salat dan kisah perjalanan hidup nabi serta sahabat, hal itu sangat membuat hati saya tersentuh dan termotivasi untuk beribadah.” (EL, Informan 1)

Sementara itu, Informan 2 mengalami dampak yang lebih signifikan terhadap kebiasaan membaca Al-Qur'an. Ia menyatakan bahwa konten tilawah yang kerap muncul di beranda TikTok membuatnya semakin bersemangat untuk membaca Al-Qur'an.

“Beberapa konten qari' membuat saya semakin bersemangat untuk bertilawah Al-Qur'an karena melihat video tersebut.” (SU, Informan 2)

Selain menambah motivasi, konten Islami di TikTok juga mendorong perubahan dalam perilaku ibadah para informan. Beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka mulai membiasakan diri untuk melaksanakan salat tepat waktu, membaca Al-Qur'an secara teratur, serta merenungkan kualitas ibadah yang dilakukan. Informan 4 menyatakan bahwa dirinya sering merasa diingatkan kembali untuk beribadah setelah melihat konten Islami yang muncul di TikTok.

“Aku pernah merasa lebih keingat buat ibadah setelah lihat konten Islami di TikTok, misalnya soal salat tepat waktu atau self reminder tentang agama.” (AM, Informan 4)

Temuan tambahan menunjukkan bahwa konten Islami juga dapat meningkatkan kesadaran diri informan. Mereka merasa terpengaruh oleh materi yang membahas tentang taubat, makna kehidupan, usaha dalam beribadah, serta pentingnya bersyukur atas anugerah yang diberikan oleh Allah SWT. Informan 3 mengungkapkan bahwa konten dakwah sering kali mendorongnya untuk melakukan refleksi diri dan berupaya meninggalkan perilaku yang kurang baik.

“Konten tentang taubat dan memperbaiki diri sering membuat saya berpikir panjang dan kemudian memutuskan untuk selalu konsisten dalam kebaikan.” (FA, Informan 3)

Semua informan berkeyakinan bahwa TikTok dapat menjadi alat dakwah yang efektif untuk mahasiswa. Mereka berpendapat bahwa tingginya pemakaian media sosial di kalangan generasi muda menjadikan TikTok sebagai platform yang berpotensi dalam menyebarkan pesan-pesan agama. Selain mudah diakses, konten dakwah yang dikemas secara kreatif juga dianggap lebih menarik bagi perhatian mahasiswa.

Meskipun demikian, para informan juga menyampaikan beberapa efek negatif dari konten Islami di TikTok. Efek yang paling umum diungkapkan adalah adanya informasi keagamaan yang berasal dari sumber yang tidak dapat dipercaya, perbedaan pendapat yang memicu perdebatan di bagian komentar, serta kemungkinan terjadi kesalahpahaman terhadap ajaran agama jika informasi yang diperoleh tidak dilengkapi dengan sumber yang jelas.

Secara umum, temuan penelitian menunjukkan bahwa konten Islami di TikTok berkontribusi dalam meningkatkan motivasi ibadah mahasiswa melalui penyampaian pesan-pesan religius yang menarik, mudah diakses, dan sesuai dengan sifat generasi muda. Namun, pengguna tetap harus bersikap kritis dan selektif dalam memilih konten agar informasi yang diterima dapat dipertanggungjawabkan.

DISCUSSION

Intensitas Mahasiswa dalam Mengakses Konten Konten Islami di TikTok

Media sosial merupakan platform komunikasi yang berbasis internet, yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta menciptakan berbagai jenis konten digital. Kehadiran media sosial telah memodifikasi cara komunikasi masyarakat dari yang tadinya satu arah menjadi interaktif dan partisipatif. Kaplan & Haenlein (2010), menyatakan bahwa media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet yang didasarkan pada ideologi dan teknologi Web 2.0, serta memfasilitasi pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna. Rafiq (2020), menjelaskan bahwa media sosial adalah platform daring yang memudahkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi konten, serta menciptakan beragam jenis konten. Sementara itu Cahyono (2016), menekankan bahwa media sosial mendukung interaksi sosial timbal balik yang berbasis web. Dalam hal ini, media sosial bukan hanya alat komunikasi, melainkan juga merupakan ruang baru untuk menyebarkan informasi, termasuk informasi keagamaan melalui dakwah digital.

Saat ini, TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa. TikTok merupakan media berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk dengan cepat membuat, mengedit, dan membagikan konten. Platform ini mengandalkan sistem algoritma yang menyesuaikan konten dengan minat serta interaksi pengguna, sehingga memastikan pengalaman yang dipersonalisasi bagi setiap pengguna. Dari sudut pandang teori penggunaan dan kepuasan, pengguna media sosial secara aktif memilih media yang memenuhi kebutuhan mereka, baik untuk hiburan, informasi, maupun tujuan spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok tidak bersifat pasif, melainkan dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi pengguna dalam mencari informasi yang relevan dengan kehidupan mereka (Katz et al., 1973).

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa menggunakan TikTok secara aktif dalam aktivitas sehari-hari mereka. Hampir semua informan menyatakan bahwa mereka mengakses TikTok setiap hari dalam berbagai keadaan, baik saat bersantai maupun di antara kegiatan akademik. Tingginya frekuensi penggunaan ini menunjukkan bahwa mahasiswa sering terpapar berbagai jenis konten, termasuk konten Islami seperti khutbah singkat, podcast Islami, kisah tentang Nabi dan para sahabatnya, bacaan Al-Quran, serta motivasi keagamaan. Algoritma TikTok secara otomatis menyesuaikan konten yang ditampilkan sesuai dengan riwayat pencarian pengguna, sehingga konten Islami yang sebelumnya dilihat sering kali muncul kembali di halaman utama. Kondisi ini memperburuk paparan informasi keagamaan yang berkelanjutan dalam kehidupan digital mahasiswa.

Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan dalam pola konsumsi informasi keagamaan di kalangan anak muda. Sebelumnya, informasi keagamaan disebarkan melalui media tradisional seperti ceramah, buku, atau pertemuan keagamaan. Saat ini, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama informasi keagamaan. Wahyuni & Harahap (2023), mencatat bahwa anak muda semakin banyak memanfaatkan media digital untuk mengakses informasi, karena hal ini dianggap lebih praktis dan sesuai dengan gaya hidup modern. Temuan ini juga didukung oleh Nasrullah (2017), yang menjelaskan bahwa media digital telah merubah cara masyarakat menerima informasi, termasuk yang terkait dengan nilai-nilai dan praktik keagamaan. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa dakwah telah bertransformasi dari model konvensional menjadi dakwah digital yang lebih adaptif terhadap kemajuan teknologi.

Daya Tarik Konten Islami TikTok bagi Mahasiswa

Terkait daya tarik, penelitian ini menunjukkan bahwa konten Islami di TikTok memiliki daya tarik yang cukup besar bagi kalangan mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh karakteristik konten tersebut yang singkat, sederhana, dan disajikan dengan cara yang kreatif. Para mahasiswa

cenderung lebih tertarik pada konten yang tidak memerlukan banyak waktu untuk dipahami tetapi tetap menyampaikan pesan yang jelas. Durasi video yang singkat memudahkan mereka untuk tetap fokus dan menghindari perasaan bosan. Selain itu, penggunaan bahasa yang mudah dimengerti dan visual yang menarik juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan ketertarikan terhadap konten Islami.

Temuan ini konsisten dengan sifat partisipatif dan interaktif dari media sosial. Gustam (2015), menjelaskan bahwa media sosial pada dasarnya ditandai oleh partisipasi, jaringan, interaksi, dan pembentukan komunitas daring. Dalam konteks TikTok, pengguna bukan hanya sebagai konsumen informasi, tetapi juga memiliki peran sebagai produsen konten yang menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Selain itu, penggunaan elemen multimedia seperti musik, teks, dan efek visual menjadikan pesan-pesan misionaris lebih menarik dan mudah dijangkau oleh generasi muda (Ibad, 2025).

Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam menyampaikan pesan keagamaan tidak hanya tergantung pada isi pesan yang disampaikan, tetapi juga pada metode penyampaiannya. Nasrullah (2017), menjelaskan bahwa media sosial memberikan kesempatan untuk penyampaian pesan yang lebih interaktif dan dapat disesuaikan dengan karakteristik penggunaannya. Dalam hal ini, para pembuat konten Islami dapat memanfaatkan fitur TikTok untuk menyampaikan pesan keagamaan dengan pendekatan yang lebih sesuai dengan kehidupan siswa. Oleh karena itu, siswa merasa lebih nyaman menerima pesan keagamaan dalam format yang sederhana daripada dalam presentasi yang terlalu formal dan panjang.

Pengaruh Konten Islami TikTok dalam Motivasi Ibadah Mahasiswa

Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa konten Islami yang terdapat di TikTok berpengaruh terhadap motivasi mahasiswa untuk menjalankan kewajiban agama mereka. Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih terdorong untuk melaksanakan kewajiban agama dengan lebih baik setelah sering mengakses konten tersebut. Motivasi ini terlihat dalam peningkatan kesadaran untuk melaksanakan salat tepat waktu, membaca Al-Quran, memperbaiki perilaku, dan rasa syukur yang lebih tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini mengindikasikan bahwa konten dakwah digital dapat berfungsi sebagai stimulus eksternal yang mempengaruhi kondisi psikologis dan spiritual seseorang.

Pengaruh tersebut dapat dijelaskan dengan menggunakan teori motivasi, yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Konten di media sosial berperan sebagai faktor eksternal yang dapat memicu munculnya kesadaran internal dalam diri seseorang. Khoiri (2021), mengungkapkan bahwa motivasi keagamaan tidak muncul dengan cepat, namun berkembang melalui pengalaman dan pemahaman terhadap nilai-nilai agama. Dalam konteks ini, konten Islami di TikTok dapat bertindak sebagai pemicu kesadaran spiritual, mendorong perubahan bertahap dalam perilaku keagamaan siswa.

Selain itu, para mahasiswa juga memanfaatkan konten Islami sebagai alat untuk refleksi diri. Dengan terlibat dalam materi yang menceritakan kisah hidup, perjuangan dalam menjalankan ajaran agama, serta kenangan masa lalu, mahasiswa mulai mempertanyakan kegiatan sehari-hari mereka. Proses refleksi ini mendorong perubahan dalam cara mereka mengelola waktu dan meningkatkan kualitas praktik keagamaan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berperan sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran diri dan pengendalian perilaku.

Ditemukan pula bahwa konten yang menampilkan pembacaan Al-Quran mampu meningkatkan ketertarikan mahasiswa dalam membaca Al-Quran. Mahasiswa yang sering

menyaksikan video pembacaan Al-Qur'an berupaya meniru cara membaca yang ditampilkan. Proses ini menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai sarana pembelajaran informal melalui pengamatan dan imitasi. Dengan demikian, TikTok bukan sekadar platform hiburan, tetapi juga merupakan media yang fleksibel dan mudah diakses untuk pendidikan agama. Temuan ini didukung oleh Bandura (1986), yang menjelaskan bahwa individu dapat mempelajari perilaku baru dengan mengamati panutan yang mereka anggap menarik atau relevan.

TikTok sebagai Media Dakwah Digital bagi Mahasiswa

Penelitian menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi salah satu platform digital yang paling efektif untuk penyebaran ajaran agama di kalangan mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Akses yang mudah, kecepatan dalam menyebarkan informasi, dan konten yang sesuai dengan selera generasi muda menjadikan TikTok sebagai media yang menjanjikan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Mahasiswa melihat media sosial sebagai alat yang memberikan peluang lebih luas untuk memperoleh pengetahuan tentang Islam tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi digital telah membuka peluang baru untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada generasi muda. Firdaus et al. (2025), menjelaskan bahwa dakwah digital memiliki peran yang signifikan dalam mempromosikan pendidikan agama bagi generasi muda yang nyaman dengan teknologi dan media sosial. Melalui komunikasi yang lebih fleksibel, interaktif, dan mudah diakses, TikTok dapat menjadi alat yang efektif bagi dakwah untuk menjangkau mahasiswa. Oleh karena itu, TikTok dapat dipahami sebagai bentuk inovasi dalam komunikasi dakwah yang beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa mengorbankan substansi ajaran Islam itu sendiri.

Dampak Negatif Konten Islami di TikTok

Meskipun banyak manfaat positif telah diamati, penelitian ini juga menemukan dampak negatif dari penggunaan konten Islami di TikTok. Tidak semua konten memiliki sumber yang jelas dan dapat diverifikasi. Beberapa konten bahkan memicu perdebatan di kolom komentar atau menyampaikan informasi yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip ilmiah agama. Hal ini menunjukkan risiko media sosial dalam menyebarkan informasi yang tidak terverifikasi, termasuk dalam aspek keagamaan.

Oleh karena itu, literasi digital menjadi sangat penting bagi para siswa. Literasi digital mencakup kemampuan untuk mengevaluasi sumber informasi, memahami konteks pesan, serta berpartisipasi secara kritis dengan konten yang dikonsumsi. Cahyono (2016), menekankan bahwa literasi digital adalah keterampilan yang esensial untuk menghadapi arus informasi di era digital. Pandangan ini didukung oleh Glister (1997), yang menjelaskan bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga dengan kemampuan untuk memahami serta mengevaluasi informasi secara kritis. Dengan keterampilan digital yang memadai, mahasiswa dapat lebih selektif dalam mengakses konten Islami dan menghindari kesalahpahaman dalam memahami ajaran agama.

Secara keseluruhan, temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki dua peran dalam kehidupan keagamaan para mahasiswa. Di satu sisi, TikTok memberikan dampak positif, seperti peningkatan semangat untuk beribadah, akses yang lebih mudah terhadap informasi keagamaan, serta berfungsi sebagai alat pembelajaran yang tidak formal. Di sisi lain, terdapat kemungkinan dampak negatif, termasuk penyebaran informasi yang kurang akurat dan perdebatan yang tidak konstruktif di ruang digital. Meskipun demikian, dampak positif dalam penelitian ini terlihat lebih signifikan dibandingkan dengan dampak negatif.

Hasil ini menunjukkan bahwa perkembangan media sosial telah mengakibatkan perubahan besar dalam bentuk dakwah Islam di kalangan mahasiswa. TikTok, sebagai platform video pendek, memiliki potensi yang sangat besar untuk menyebarkan nilai-nilai Islam, asalkan digunakan dengan bijak. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi telah berevolusi menjadi ruang digital yang interaktif, cepat, dan mudah diakses untuk kegiatan dakwah. Oleh karena itu, penting untuk menyeimbangkan penggunaan media sosial dengan penguatan literasi digital agar mahasiswa dapat memanfaatkan secara optimal konten Islami yang mereka akses.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten Islami di TikTok berperan dalam meningkatkan motivasi mahasiswa untuk menjalankan ajaran agama. Konten tersebut menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang menarik serta mudah dimengerti, dan disesuaikan dengan karakteristik generasi muda. Selain itu, konten ini juga mendorong kesadaran yang lebih tinggi mengenai praktik keagamaan, introspeksi, dan minat untuk mempelajari ajaran Islam.

Namun, terdapat keterbatasan dalam studi ini, yaitu jumlah informan yang relatif sedikit sehingga hasilnya belum dapat diimplementasikan secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan informan yang lebih beragam serta memperluas cakupan penelitian agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran konten Islami di TikTok terhadap kehidupan keagamaan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmuni, H., & Irawan, V. W. E. (2025). Peran Media Sosial dalam Membentuk Persepsi Keagamaan di Kalangan Generasi Muda. *MOMENTUM: Jurnal Sosial Dan Keagamaan*, 14(1), 90–99.
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action. *Englewood Cliffs, NJ*, 1986(23–28), 2.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Febriana, A. (2021). Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah: (Studi Kasus Ustad Syam, di akun@syam_elmarusy). *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(02), 180–194.
- Firdaus, Y., Azizurrochman, M. N., & Siswanto, A. H. (2025). Dakwah digital: Optimalisasi media sosial sebagai sarana transformasi sosial islam. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 746–755.
- Gilster, P., & Glistter, P. (1997). *Digital literacy*. Wiley Computer Pub. New York.
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik media sosial dalam membentuk budaya populer Korean Pop di kalangan komunitas Samarinda dan Balikpapan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 224–242.
- Ibad, M. N. (2025). Strategi literasi dakwah digital di era media sosial TikTok: Tantangan dan peluang. *Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa*, 2(2), 145–156.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Khoiri, A. (2021). Kutemukan Kebenaran: Psikologi Spiritual dan Motivasi Beragama Muallaf Dewasa. *Jurnal Ilmiah Psikomuda (JIPM) Connectedness*, 1(2), 42–49.
- Khoiruddin, M. A. (2017). Pendekatan Psikologi Dalam Studi Islam. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 2(1), 1–17.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas*

- Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151.
- Nasrullah, R. (2017a). Blogger dan digital word of mouth: getok tular digital ala blogger dalam komunikasi pemasaran di media sosial. *Jurnal Sosioteknologi*, 16(1), 1–16.
- Nasrullah, R. (2017b). *Peer Riview Etnografi Virtual Riset Komunikasi Budaya Sosioteknologi di Internet*. Simbiosis Rekatama Media.
- Palupi, R., Istiqomah, U., Fravisdha, F. V., Septiana, N. L., & Sarapil, A. M. (2021). Analisis penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah di era modern. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(1), 89–104.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18–29.
- Saputri, W. A., Salsabila, A., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Pengaruh gaya penyampaian konten dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok terhadap motivasi diri remaja. *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(4), 460–469.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Wahyuni, R., & Harahap, S. R. (2023). Efektivitas media sosial sebagai media dakwah pada era digital: Study literature review. *An-Nadwah*, 29(2).