



Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Spiritual pada Aplikasi TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa Prodi PAI UIN Palangka Raya

Ridma Azizah Putri^{1*}, Ajahari², Abdul Gofur³

^{1,2,3} Universitas Islma Negeri Palangka Raya, Indonesia

ridmaap95@gmail.com^{1*}, ajahari@iain-palangkaraya.ac.id², abdul.gofur@iain-palangkaraya.ac.id³

Alamat: Jl. G.Obos Komplek Islamic Center, Palangka Raya, Kalimantan Tengah

Korespondensi penulis: ridmaap95@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of the intensity of accessing spiritual content on the TikTok application on the religiosity level of students in the Islamic Education Study Program (PAI) at UIN Palangka Raya. Using a quantitative approach with a survey method involving 80 students, data were collected through a Google Form questionnaire. The results of a simple linear regression test showed a positive and significant effect between the intensity of accessing spiritual content and the students' religiosity level. The regression coefficient was 0.984, and the t-value was 6.105, which is greater than the t-table value of 2.239 with a significance level of $0.000 < 0.05$. This indicates that the higher the intensity of accessing spiritual content, the higher the level of student religiosity. The study concludes that spiritual content on TikTok can be an effective medium of da'wah to enhance students' religiosity, especially within religious education settings.*

Keywords: *Islamic Education Students, Religiosity, Spiritual Content, TikTok*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas mengakses konten spiritual di aplikasi TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Palangka Raya. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 80 mahasiswa, data dikumpulkan melalui angket Google Form. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara intensitas mengakses konten spiritual dengan tingkat religiusitas mahasiswa. Koefisien regresi sebesar 0,984 dan nilai t hitung sebesar 6,105 lebih besar dari t tabel 2,239 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas mengakses konten spiritual, maka semakin tinggi pula tingkat religiusitas mahasiswa. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten spiritual di TikTok dapat menjadi media dakwah yang efektif dalam meningkatkan religiusitas mahasiswa, khususnya di lingkungan pendidikan agama.

Kata kunci: Mahasiswa Pendidikan Islam, Religiusitas, Konten Spiritual, TikTok

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi membuat penggunaan internet semakin meningkat. Setiap orang kini memiliki kebutuhan besar untuk berkomunikasi dan bertukar informasi. Internet memudahkan semua kalangan dalam mengakses informasi, apalagi dengan adanya smartphone yang bisa dibawa ke mana-mana dan dilengkapi media sosial. Media sosial pun jadi sarana penting untuk bertukar informasi bagi semua usia, mulai dari anak-anak hingga orang tua (Rabaani & Indriyani, 2024).

Oleh karena itu, diperlukan pengembangan dan pemanfaatan platform media sosial oleh berbagai pihak, salah satunya adalah aplikasi TikTok. Dalam beberapa tahun terakhir, TikTok menjadi sangat populer karena memungkinkan penggunanya mengekspresikan diri melalui video. Banyak pengguna berharap videonya masuk FYP (For You Page) dan mendapat banyak perhatian. Pada tahun 2020, jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 22 juta (Palupi dkk., 2020). Seperti media sosial lainnya, TikTok beroperasi

melalui koneksi internet dan menawarkan berbagai fitur menarik, seperti efek visual dan musik, yang mendorong pengguna untuk membuat konten (Sa'adah dkk., 2021).

Tidak dapat di pungkiri setiap hal termasuk TikTok, memiliki dampak positif dan negatif. Selain konten hiburan yang kurang mendidik (Nugraha, 2020). TikTok juga menyediakan konten edukatif seperti ceramah Islami, kata-kata bijak, dan video dakwah dari ustaz dan da'i. Ustadz memanfaatkan TikTok untuk berdakwah secara santai kepada Generasi Z, yang merupakan 60% pengguna aplikasi ini (Madhani dkk., 2021). Generasi Z dikenal melek digital dan ekspresif, sehingga remaja dan mahasiswa yang mengakses konten dakwah di TikTok dapat terdampak positif dalam sikap dan kehidupan sehari-hari.

Mahasiswa generasi Z kini sangat akrab dengan penggunaan smartphone, bahkan di lingkungan kampus. Perkembangan media sosial mengubah cara berkomunikasi dalam berbagai bidang, termasuk Pendidikan (Asmal dkk., 2023). Mahasiswa sering memanfaatkan nya untuk mencari informasi dan menambah wawasan. Karena itu, penting bagi mahasiswa untuk menggunakan media sosial secara bijak, termasuk mengakses konten dakwah sebagai bentuk pengembangan spiritual. Konten dakwah Islami di TikTok berupa video menarik dan mudah dipahami, berisi motivasi, nasihat ulama, dan ayat Al-Qur'an, yang dapat meningkatkan religiusitas mahasiswa (Hikmawati dkk., 2021).

Penggunaan TikTok dapat berdampak negatif pada mahasiswa jika mereka menirukonten yang tidak bermanfaat, seperti mengikuti tren goyangan viral tanpa mempertimbangkan dampaknya. Imitasi ini meliputi meniru gaya hidup, tingkah laku, penampilan, dan sikap (Tanjung dkk., 2023). Religiusitas penting dimiliki mahasiswa karena penerapan nilai agama dapat menciptakan perilaku yang harmonis dan nyaman di lingkungan sekitar. Sebaliknya, perilaku yang bertentangan dengan nilai agama bisa berdampak buruk bagi diri sendiri dan orang lain (Devitasari & Utami, 2022).

Selain itu, religiusitas juga menjadi benteng bagi mahasiswa dalam menghadapi pengaruh negatif perkembangan teknologi yang semakin pesat. Fenomena digitalisasi dakwah semakin berkembang di era modern (Andaara, 2021). TikTok, sebagai platform media sosial populer, menjadi sarana baru penyebaran konten spiritual seperti ceramah, kajian Islam, doa, dan motivasi keagamaan. Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) di UIN Palangka Raya, sebagai calon pendidik Islam, memiliki keterkaitan dengan konsumsi konten spiritual di media sosial. Oleh karena itu, penting meneliti pengaruh intensitas akses mereka terhadap konten spiritual di TikTok terhadap tingkat religiusitas.

Banyaknya informasi keagamaan di TikTok menimbulkan pertanyaan terkait pengaruhnya pada keyakinan, praktik agama, dan ketaatan ibadah mahasiswa PAI. Observasi awal menunjukkan beberapa mahasiswa menganggap akses mudah ke konten spiritual di TikTok efektif dalam memperdalam pemahaman dan meningkatkan kesadaran religius, sekaligus memperkuat nilai-nilai keshalihan dalam kehidupan sehari-hari. Namun, ada juga temuan kontradiktif. Beberapa mahasiswa menyatakan bahwa durasi konten yang singkat dan validitas sumber yang kurang dapat membuat pemahaman agama menjadi dangkal atau keliru. Selain itu, dominasi konten hiburan di TikTok dapat mengurangi efektivitas konten spiritual.

Dari sini terlihat dualitas pengaruh konten spiritual di TikTok terhadap religiusitas mahasiswa, yaitu sebagai media dakwah efektif sekaligus berpotensi menimbulkan pemahaman keliru. Penelitian ini penting untuk mengukur sejauh mana intensitas mengakses konten spiritual di TikTok memengaruhi religiusitas mahasiswa PAI di UIN Palangka Raya secara positif maupun negatif.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Intensitas Mengakses Media Sosial

Intensitas merujuk pada seberapa sering dan seberapa lama seseorang melakukan suatu aktivitas tertentu. Dalam konteks media sosial, intensitas dipahami sebagai frekuensi dan durasi seseorang dalam mengakses dan menggunakan media sosial tertentu. (Sudaryanto dkk., 2023) menguraikan empat aspek dalam mengukur intensitas penggunaan media sosial, yaitu:

- a. Perhatian: Ketertarikan pengguna terhadap suatu konten
- b. Penghayatan: Sejauh mana pengguna memahami dan mendalami konten tersebut.
- c. Durasi: Lamanya waktu yang dihabiskan dalam sehari untuk mengakses konten.
- d. Frekuensi: Berapa kali konten diakses dalam sehari.

Penelitian ini menggunakan keempat aspek tersebut untuk mengukur intensitas mahasiswa Prodi PAI UIN Palangka Raya dalam mengakses konten spiritual di TikTok.

Teori Media Sosial dan TikTok

Media sosial memiliki fungsi tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga pembentuk opini, perilaku, dan sikap (Ginting, 2021). TikTok, sebagai bagian dari media sosial, menghadirkan konten dalam format video pendek yang dapat bersifat edukatif,

hiburan, maupun spiritual. TikTok memungkinkan para da'i atau konten kreator Islam menyampaikan dakwah dengan cara yang lebih kreatif dan dekat dengan generasi muda.

Teori Konten Spiritual

Konten spiritual merupakan bentuk dakwah yang disampaikan melalui media digital yang berisi pesan keagamaan, nasihat moral, kutipan Al-Qur'an dan Hadis, hingga ceramah singkat. (Rosyad, 2025) menjelaskan bahwa konten spiritual yang disampaikan melalui media sosial bertujuan untuk memperkuat kemandirian dan menyentuh aspek emosional dan rasional individu.

Teori Religiusitas

Religiusitas merujuk pada penghayatan dan pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Glock & Stark (dalam Wilandika, 2019), terdapat lima dimensi dalam mengukur religiusitas:

- a. Keyakinan: Sejauh mana seseorang percaya pada ajaran agama.
- b. Praktik Agama: Pelaksanaan ajaran agama seperti salat, puasa, dan ibadah lainnya.
- c. Pengalaman Keagamaan: Keterlibatan emosional seseorang dalam agama.
- d. Konsekuensial: Dampak keyakinan agama terhadap perilaku sehari-hari.
- e. Ketaatan Beribadah: Kepatuhan menjalankan perintah dan menjauhi larangan Allah SWT.

Kelima dimensi ini digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat religiusitas mahasiswa.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat sistematis, terencana, dan terstruktur untuk memperoleh data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik (Waruwu et al., 2025). Pendekatan ini cocok untuk mengkaji pengaruh intensitas mengakses konten spiritual di aplikasi TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam (PAI) di UIN Palangka Raya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah survei, yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari sampel mahasiswa dan menemukan pengaruh antara intensitas mengakses konten spiritual dan religiusitas mahasiswa (Muchlis, 2023). Survei ini dilakukan terhadap 80 mahasiswa Prodi PAI yang dipilih sebagai sampel dari jumlah populasi sebanyak 620 mahasiswa Prodi PAI dalam menentukan sampel peneliti

menggunakan teknik *Probabilitas Sampling* dengan rumus *Slovin*. Selanjutnya peneliti menyebarkan angket dalam bentuk *Google Form* yang dibagikan melalui grup *whatsapp* per angkatan, dalam angket tersebut memuat terkait intensitas dan tingkat religiusitas dengan total 26 pernyataan yang harus dijawab oleh sampel dengan pilihan 4 jawaban yaitu: sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju.

Untuk mengukur valid dan reliabel atau tidaknya instrumen dalam penelitian ini, maka digunakan teknik uji instrumen berupa Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (Afifah Muhartini dkk., 2021). Sedangkan uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana dan Uji-T dengan uji prasyarat berupa Uji Normalitas dan Uji Linearitas menggunakan *IBM SPSS Statistics 25*. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_1 – ada pengaruh intensitas mengakses konten spritual pada aplikasi Tiktok (X) terhadap tingkat religiusitas mahasiswa prodi PAI (Y)

H_0 – tidak ada pengaruh intensitas mengakses aplikasi TikTok (X) terhadap tingkat prokrastinasi akademik siswa (Y).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

a. Intensitas Mengakses Konten Spritual

Data Tingkat Religiusitas Mahasiswa dalam penelitian ini yang telah didapat melalui angket, diklasifikasikan sebagai berikut: sangat jarang, jarang, sering, sangat sering. Berikut ini hasil data yang diperoleh:

Tabel 1. Intensitas Mengakses Konten Spritual

Skor Akhir	Klasifikasi	Jumlah Mahasiswa	Presentase
16 - 22	Sangat jarang	9	11,2%
23 - 29	Jarang	27	33,7%
30 - 36	Sering	41	51,2%
37- 43	Sangat Sering	3	3,7%
Total		80	100%

b. Tingkat Religiusitas Mahasiswa

Data Tingkat Religiusitas Mahasiswa dalam penelitian ini yang telah didapat melalui angket, diklasifikasikan sebagai berikut: sangat rendah, rendah, tinggi, sangat tinggi. Berikut ini hasil data yang diperoleh:

Tabel 2. Tingkat Religiusitas Mahasiswa

Skor Akhir	Klasifikasi	Jumlah Mahasiswa	Presentase
18 - 26	Sangat Rendah	9	11,2%
27 - 34	Rendah	14	17,5%
35 - 42	Tinggi	49	61,2%
43 - 50	Sangat Tinggi	8	10%
Total		80	100%

Uji Statistik

a. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Intensitas Konten	Tingkat Religiusitas
N		80	80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	28,0875	28,1250
	Std. Deviation	4,89431	4,86625
Most Extreme Differences	Absolute	0,070	0,069
	Positive	0,070	0,069
	Negative	-0,052	-0,052
Test Statistic		0,070	0,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			

Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 25, dapat diketahui nilai signifikansi $0,200 \geq 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dan data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Tingkat Religiusitas	Between Groups	(Combined)	1839,263	20	91,963	172,322	0,000
		Linearity	1832,346	1	1832,346	3433,485	0,000

* Intensitas Konten	Deviation from Linearity	6,917	19	0,364	0,682	0,821
	Within Groups	31,487	59	0,534		
	Total	1870,750	79			

Hasil perhitungan uji linearitas di atas antara X dengan Y diperoleh Sig. deviation sebesar $0,821 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linier antara intensitas mengakses konten spritual (X) dengan tingkat religiusitas mahasiswa prodi PAI (Y).

c. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,487	0,460		1,058	0,293
	Intensitas Konten	0,984	0,016	0,990	6,105	0,000

a. Dependent Variable: Tingkat Religiusitas

Untuk mengetahui besarnya pengaruh intensitas mengakses konten spritual terhadap tingkat religiusitas mahasiswa, maka dilakukan analisis regresi linear sederhana dengan rumus: $Y' = a + bX$. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 0,487 dan koefisien regresi (b) sebesar 0,984. Maka, persamaan regresi sederhananya adalah $Y = 0,487 + 0,984X$. Angka konstanta 0,487 mengandung arti bahwa jika intensitas mengakses konten spritual adalah 0, maka tingkat religiusitas mahasiswa adalah sebesar 0,487. Koefisien regresi sebesar 0,984 menunjukkan bahwa setiap penambahan satu satuan intensitas mengakses konten spritual akan meningkatkan tingkat religiusitas sebesar 0,984. Karena koefisien regresi bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang searah antara intensitas mengakses konten spritual dengan tingkat religiusitas mahasiswa

d. Uji T

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,487	0,460		1,058	0,293
	Intensitas Konten	0,984	0,016	0,990	6,105	0,000

a. Dependent Variable: Tingkat Religiusitas

1) Dasar pengambilan keputusan dalam Uji T adalah : 1. Jika nilai t hitung lebih besar > dari t tabel maka ada pengaruh Intensitas Mengakses Konten Spritual (X) terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa (Y)

2) Jika nilai t hitung lebih kecil < dari t tabel maka tidak ada pengaruh Intensitas Mengakses Konten Spritual (X) terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa (Y)

Dari tabel di atas dapat dilihat t hitung adalah 6,105. Maka selanjutnya dicari t tabel dengan cara sebagai berikut:

$$Df = n - k$$

$$Df = 80 - 2$$

$$Df = 78$$

Keterangan :

Df: degree of freedom

n: jumlah responden

k: jumlah variabel penelitian

Dilihat menggunakan t tabel dengan taraf signifikansi 0,025 maka diperoleh hasil:

$$t \text{ tabel} = 2.239$$

Nilai t hitung sebesar 6,105 > 2.239, Sementara nilai signifikansi (Sig.) adalah 0,000, lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa:

t hitung > t tabel, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas mengakses konten spiritual terhadap tingkat religiusitas mahasiswa prodi PAI UIN Palangka Raya.

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas mengakses konten spiritual di aplikasi TikTok dengan tingkat religiusitas mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Palangka Raya. Hasil analisis statistik dengan uji regresi linear sederhana menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,984 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang menandakan bahwa semakin tinggi intensitas mengakses konten spiritual, maka semakin tinggi pula tingkat religiusitas mahasiswa.

Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa media sosial, khususnya TikTok, tidak hanya menjadi ruang hiburan semata, tetapi juga memiliki potensi sebagai sarana pembinaan spiritual. TikTok, dengan fitur video singkat dan algoritma penyebaran kontennya yang luas, mampu menjangkau mahasiswa dengan cara yang cepat, visual, dan relevan dengan gaya komunikasi generasi Z. Mahasiswa yang terbiasa mengakses konten dakwah, seperti ceramah singkat, kutipan ayat dan hadits, serta motivasi keislaman, menunjukkan peningkatan dalam kesadaran beragama dan penerapan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari.

Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan konsep bahwa media baru dapat membentuk nilai, sikap, dan perilaku individu jika digunakan secara konsisten dan terarah. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Madhani et al., 2021) yang menyatakan bahwa konten Islami di media sosial memiliki daya pengaruh terhadap perilaku religius mahasiswa. Dalam konteks mahasiswa PAI yang secara akademik memang diarahkan untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam, keberadaan konten spiritual di media sosial menjadi tambahan sumber yang memperkuat proses internalisasi nilai keagamaan.

Namun, perlu dicermati bahwa meskipun TikTok memiliki potensi sebagai media dakwah, platform ini juga dipenuhi oleh konten hiburan yang bersifat viral, sensasional, dan kadang tidak sejalan dengan nilai-nilai keislaman. Oleh karena itu, tingkat religiusitas mahasiswa sangat dipengaruhi oleh sejauh mana mereka mampu memilih dan memilah konten yang dikonsumsi secara sadar dan selektif. Hal ini menunjukkan pentingnya literasi digital religius sebagai kemampuan kritis dalam menggunakan media sosial.

Fakta bahwa sebagian besar responden memiliki intensitas akses yang “sering” dan tingkat religiusitas yang “tinggi” juga memberikan gambaran bahwa keberadaan konten spiritual dalam kehidupan digital mahasiswa bukan hanya sebagai pelengkap, tetapi telah menjadi bagian penting dalam proses pencarian makna dan identitas keagamaan di era teknologi. Di samping itu, hasil ini menegaskan bahwa penggunaan media sosial secara positif dapat meningkatkan kualitas spiritual mahasiswa, jika diarahkan dengan tepat.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pendidik, lembaga dakwah, dan institusi pendidikan Islam perlu aktif memproduksi dan menyebarkan konten religius yang berkualitas di platform-platform digital. Pendekatan ini tidak hanya sesuai dengan kebiasaan konsumsi media mahasiswa saat ini, tetapi juga membuka ruang baru untuk penguatan religiusitas yang kontekstual dan kekinian.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa intensitas interaksi mahasiswa dengan konten spiritual di TikTok memberikan kontribusi positif terhadap penguatan nilai religius. Dengan demikian, platform digital seperti TikTok tidak dapat dipandang sebelah mata dalam upaya pembinaan spiritual generasi muda, khususnya mahasiswa di lingkungan pendidikan agama.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan uji statistik yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas mengakses konten spiritual di aplikasi TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Palangka Raya. Hal ini dibuktikan melalui uji regresi linear sederhana dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,984 yang menunjukkan hubungan positif, serta nilai t hitung sebesar 6,105 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 2,239. Nilai signifikansi sebesar 0,000 juga memperkuat bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik ($p < 0,05$).

Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti semakin tinggi intensitas mahasiswa dalam mengakses konten spiritual di TikTok, maka semakin tinggi pula tingkat religiusitas yang dimilikinya. Temuan ini menunjukkan bahwa konten-konten religius yang tersedia di media sosial, khususnya TikTok, berperan penting dalam pembentukan dan penguatan sikap religius mahasiswa, khususnya mereka yang berada dalam lingkungan pendidikan agama.

Saran

Mahasiswa disarankan untuk bijak dalam mengakses konten spiritual di TikTok dan meningkatkan literasi digital keagamaan. Dosen dan pendakwah diharapkan memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah yang menarik dan relevan. Institusi pendidikan dapat mengintegrasikan media sosial ke dalam pembelajaran agama untuk memperkuat religiusitas mahasiswa.

Penelitian terbatas pada satu program studi di satu universitas dan hanya menggunakan angket sebagai instrumen, sehingga hasil belum bisa digeneralisasi secara luas.

Penelitian berikutnya disarankan memperluas sampel, menggunakan pendekatan campuran (kuantitatif dan kualitatif), serta menambahkan variabel lain seperti jenis konten atau durasi akses untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen pembimbing atas bimbingan dan arahnya selama proses penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mahasiswa Prodi PAI UIN Palangka Raya yang telah bersedia menjadi responden, serta semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Afifah Muhartini, A., Sahroni, O., Dwi Rahmawati, S., Febrianti, T., Mahuda, I., Saintek, F., & Bina Bangsa, U. (2021). Analisis peramalan jumlah penerimaan mahasiswa baru dengan menggunakan metode regresi linear sederhana. *Jurnal Bayyesian*, 1(1). <http://bayesian.lppmbinabangsa.id/index.php/home>
- Andaara. (2021). *Tak kenal maka tak dakwah*. PT Alex Media Komputindo.
- Asmal, M., Taufik, A., Universitas, P. M., & Makassar, P. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap prestasi akademik mahasiswa. *Elips: Jurnal Pendidikan Matematika*, 4(2). <http://journal.unpacti.ac.id/index.php/ELIPS>
- Devitasari, A. H., & Utami, L. H. (2022). Optimisme dan religiusitas sebagai prediktor *subjective well-being* mahasiswa tingkat pertama. *Psikoislamika: Jurnal Psikologi dan Psikologi Islam*, 19(1), 373. <https://doi.org/10.18860/psikoislamika.v19i1.15357>
- Ginting, R. (2021). *Etika komunikasi dalam media sosial: Saring sebelum sharing*. Penerbit Insania.
- Hikmawati, S. A., Farida, L., Sunan, I., & Malang, K. (2021). Pemanfaatan media TikTok sebagai media dakwah bagi dosen IAI Sunan Kalijogo Malang. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1–11.
- Madhani, L. M., Bella Sari, I. N., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku Islami mahasiswa di Yogyakarta. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 627–647. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art7>
- Muchlis, A. F. (2023). Metode penelitian survei-kuesioner untuk kesesakan dan privasi pada hunian asrama. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 12(3), 154–163. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v12i3.252>

- Nugraha. (2020). *Pembelajaran daring, literasi digital, dan perilaku bermedia sosial*. CV. Adanu Abimata.
- Palupi, N. D., Mefilina, A., Dyan, Y., & Harumike, N. (2020). The effect of using TikTok applications on self confidence levels. *JOSAR*, 5(2). <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/josar>
- Rabaani, S., & Indriyani, D. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap prestasi akademik mahasiswa. *Pubmedia Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Indonesia*, 1(3), 10. <https://doi.org/10.47134/ptk.v1i3.433>
- Rosyad, R. (2025). *Psikologi pendidikan Islam*. Gunung Djati Publishing.
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi generasi Z terhadap fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 2(5), 131–140. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>
- Sudaryanto, S., Subagio, A., & Hanim, A. (2023). *Consumer behavior Gen Z*. Penerbit Universitas Ciputra.
- Waruwu, M., Pu'at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode penelitian kuantitatif: Konsep, jenis, tahapan dan kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Wilandika, A. (2019). *Mahasiswa, religiusitas dan efikasi diri perilaku berisiko HIV*. Uwais Inspirasi Indonesia.