

Penguatan Karakter Religius Mahasiswa IAIN Kerinci Melalui Video Audio Visual Tiktok

Inda Siska¹, Hedi Rusman²

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci

indasiska10@gmail.com¹⁾, hedi.rusman@gmail.com²⁾

ABSTRACT

This study aims to examine the role of TikTok audio-visual content in strengthening the religious character of students at IAIN Kerinci. The rapid development of social media has transformed TikTok from merely an entertainment platform into a medium for spreading religious values that influence users' attitudes and behavior. This research employed a qualitative approach with a phenomenological method to explore students' subjective experiences in accessing and interpreting religious content on TikTok. The participants consisted of four students from the Islamic Education Study Program at IAIN Kerinci selected through purposive sampling. Data were collected through non-participant observation and semi-structured interviews, then analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques. The findings revealed that religious content on TikTok contributed to increasing students' awareness of religious practices, particularly performing prayers on time and engaging in voluntary worship activities. In addition, the content encouraged self-reflection, positive emotional responses, and active engagement in sharing religious messages. However, the process of strengthening religious character through TikTok still faced several challenges, including the dominance of entertainment content, limited video duration, and students' inconsistency in applying religious values in daily life. Overall, this study highlights that TikTok has significant potential as a medium for religious preaching and character education when used wisely and selectively.

Keywords: Religious Character, Students, Tiktok

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran konten audio-visual TikTok dalam memperkuat karakter religius mahasiswa di IAIN Kerinci. Perkembangan media sosial yang sangat pesat telah mengubah TikTok dari sekadar platform hiburan menjadi media penyebaran nilai-nilai keagamaan yang memengaruhi sikap dan perilaku penggunanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk

mengeksplorasi pengalaman subjektif mahasiswa dalam mengakses dan memaknai konten keagamaan di TikTok. Partisipan penelitian terdiri atas empat mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam IAIN Kerinci yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui observasi nonpartisipan dan wawancara semi-terstruktur, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten keagamaan di TikTok berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pelaksanaan ibadah, khususnya salat tepat waktu dan pelaksanaan ibadah sunnah. Selain itu, konten tersebut mendorong refleksi diri, memunculkan respons emosional yang positif, serta meningkatkan partisipasi aktif mahasiswa dalam membagikan pesan-pesan keagamaan. Namun demikian, proses penguatan karakter religius melalui TikTok masih menghadapi beberapa tantangan, antara lain dominasi konten hiburan, keterbatasan durasi video, serta inkonsistensi mahasiswa dalam mengimplementasikan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa TikTok memiliki potensi yang signifikan sebagai media dakwah dan pendidikan karakter apabila dimanfaatkan secara bijaksana dan selektif.

Kata Kunci : Karakter Religius, Mahasiswa, TikTok

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Kehadiran teknologi digital, khususnya internet dan perangkat mobile, telah mendorong munculnya berbagai platform media sosial yang memungkinkan setiap individu untuk berkomunikasi, mengekspresikan diri, serta berbagi informasi tanpa batasan ruang dan waktu. Media sosial menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern, terutama generasi muda yang tumbuh dan berkembang dalam era digital. Salah satu platform media sosial yang sangat populer saat ini adalah tiktok, sebuah aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan penggunaanya untuk membuat, mengedit, dan membagikan konten secara kreatif (Mubarak et al., 2024).

Tiktok telah menjadi fenomena global dan di Indonesia aplikasi ini mendapatkan tempat tersendiri di hati masyarakat, terutama remaja dan mahasiswa. Kehidupan sosial generasi muda seringkali dipengaruhi oleh tren yang viral di tiktok, seperti gaya nongkrong, pilihan fashion, hingga gaya hidup yang mencerminkan budaya tiktok (Efendi et al., 2025). Tiktok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan penyebaran nilai-nilai religius melalui konten dakwah yang dikemas secara menarik dan mudah dipahami (Erwin et al., 2023; Fadhilah et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam mempengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku penggunaanya, termasuk dalam aspek religiusitas.

Namun demikian, pemanfaatan tiktok dalam konteks penguatan karakter religius masih menunjukkan adanya kesenjangan dalam kajian ilmiah. Sejumlah penelitian sebelumnya cenderung menggunakan pendekatan kuantitatif dan lebih berfokus pada hubungan atau pengaruh secara statistik antara penggunaan tiktok dan perilaku religius (Aura, 2024; Irsyadillah, 2024). Hasil penelitian tersebut menunjukkan temuan yang beragam, bahkan tidak semuanya menemukan pengaruh yang signifikan. Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan pada subjek siswa sekolah menengah, sehingga belum banyak mengungkap pengalaman subjektif mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial dalam memaknai konten religius yang mereka konsumsi.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami secara mendalam bagaimana media digital, khususnya tiktok, dapat dimanfaatkan secara positif dalam penguatan karakter religius mahasiswa. Di tengah maraknya konten negatif yang berpotensi menimbulkan dampak buruk seperti kecanduan, penyalahgunaan waktu, dan penurunan produktivitas (Madhani et al., 2021; Nurmala et al., 2022), kehadiran konten religius menjadi alternatif yang strategis untuk membentuk kesadaran spiritual dan perilaku keagamaan yang lebih baik. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang tidak hanya melihat hubungan sebab-akibat, tetapi juga menggali makna pengalaman individu dalam berinteraksi dengan konten tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan pengalaman mahasiswa IAIN Kerinci dalam menggunakan video audio visual tiktok serta bagaimana konten tersebut berperan dalam memperkuat karakter religius mereka. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, penelitian ini berupaya menggali esensi pengalaman subjektif mahasiswa dalam mengakses, memaknai, dan menginternalisasi nilai-nilai religius yang terdapat dalam konten tiktok, khususnya dalam aspek ketaatan beribadah sebagai indikator utama karakter religius (Bandura, 1977; Salim et al., 2024).

Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang pendidikan karakter dan media digital, khususnya terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembentukan karakter religius. Selain itu, penelitian ini juga memberikan perspektif baru melalui pendekatan fenomenologis dalam memahami pengalaman religius mahasiswa di era digital. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa, pendidik, dan pembuat konten religius dalam

mengoptimalkan penggunaan tiktok sebagai media yang tidak hanya menghibur, tetapi juga edukatif dan bernilai spiritual.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif mahasiswa dalam memanfaatkan video audio visual tiktok serta maknanya dalam penguatan karakter religius. Pendekatan ini dipilih karena fenomena yang diteliti bersifat kompleks, kontekstual, dan tidak dapat diukur secara kuantitatif, sehingga membutuhkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman individu (Saefuddin et al., 2023). Secara khusus, pendekatan fenomenologi digunakan untuk menggali esensi pengalaman hidup partisipan terhadap suatu fenomena sebagaimana mereka alami secara langsung (Creswell, 2015).

Penelitian ini dilaksanakan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci, yang berlokasi di Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi. Lokasi ini dipilih karena relevan dengan karakteristik subjek penelitian, yaitu mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial tiktok dalam kehidupan sehari-hari. Adapun waktu pelaksanaan penelitian berlangsung pada tahun 2025, menyesuaikan dengan periode penyusunan skripsi dan proses pengumpulan data di lapangan.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Kerinci, khususnya dari Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI). Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Lenaini, 2021). Kriteria tersebut meliputi mahasiswa yang aktif menggunakan tiktok, sering mengakses konten religius, serta merasakan adanya pengaruh terhadap karakter religius mereka. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah informan yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak empat orang mahasiswa yang terdiri dari dua mahasiswa semester 3 dan dua mahasiswa semester 5. Jumlah ini dianggap memadai dalam penelitian fenomenologis karena fokusnya pada kedalaman data, bukan pada jumlah responden.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa pedoman observasi dan pedoman wawancara semi terstruktur. Instrumen ini dirancang untuk menggali data terkait pengalaman mahasiswa dalam mengakses, memahami, dan menginternalisasi konten

religius di tiktok. Indikator yang digunakan mengacu pada aspek karakter religius, khususnya ketaatan beribadah yang tercermin dalam kehidupan sehari-hari. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber, teknik, dan metode guna memastikan konsistensi dan kredibilitas temuan (Mekarisce, 2020).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam. Observasi dilakukan secara non-partisipatif dengan mengamati aktivitas mahasiswa dalam menggunakan tiktok, termasuk pola konsumsi konten religius dan respons mereka terhadap konten tersebut. Sementara itu, wawancara dilakukan secara semi terstruktur untuk memberikan ruang bagi informan dalam menyampaikan pengalaman dan pandangannya secara bebas (Fadhallah, 2021). Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, dan dokumentasi yang relevan (Aisyah & Suriyani, 2024).

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis dan berkelanjutan (Millah et al., 2023; Rijali, 2018). Proses analisis dilakukan secara manual dengan mengorganisasi data hasil observasi dan wawancara ke dalam tema-tema yang relevan, kemudian diinterpretasikan untuk menemukan makna dan pola yang muncul. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti, sesuai dengan tujuan penelitian fenomenologis.

Hasil dan Pembahasan

Bentuk Karakter Religius Mahasiswa IAIN Kerinci melalui Video Audio Visual Tiktok dalam Aspek Ketaatan Beribadah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten video audio-visual TikTok bernuansa religius memberikan kontribusi positif terhadap penguatan karakter religius mahasiswa IAIN Kerinci, terutama pada aspek ketaatan dalam beribadah. Berbagai jenis konten religius, seperti ceramah singkat, pengingat waktu salat, motivasi Islami, kajian tentang keutamaan ibadah, serta pembahasan mengenai kehidupan akhirat, menjadi stimulus yang mampu meningkatkan kesadaran spiritual mahasiswa. Konten-konten tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga menjadi sarana refleksi yang mengingatkan mahasiswa akan pentingnya menjalankan kewajiban agama secara lebih disiplin. Mahasiswa mengaku bahwa setelah sering menyaksikan konten religius di TikTok, mereka menjadi lebih sadar akan pentingnya

melaksanakan salat tepat waktu serta mulai berupaya mengurangi kebiasaan menunda-nunda ibadah.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menyatakan bahwa paparan konten religius di TikTok memberikan dorongan psikologis untuk memperbaiki kualitas ibadah mereka. Video yang mengangkat tema pentingnya menjaga salat, keutamaan beramal saleh, serta pengingat tentang kehidupan setelah kematian mampu membangkitkan motivasi internal mahasiswa untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah Swt. Meskipun demikian, pengaruh tersebut belum sepenuhnya bersifat permanen. Beberapa mahasiswa mengungkapkan bahwa semangat untuk meningkatkan kualitas ibadah umumnya muncul sesaat setelah menonton konten religius, namun secara perlahan mengalami penurunan ketika kembali disibukkan oleh aktivitas akademik maupun rutinitas sehari-hari. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai pemicu (trigger) munculnya kesadaran religius, sedangkan keberlanjutan perilaku religius tetap dipengaruhi oleh kesadaran diri, komitmen pribadi, serta lingkungan sosial yang mendukung.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pengaruh konten religius tidak hanya terlihat pada pelaksanaan ibadah wajib, tetapi juga mendorong mahasiswa untuk mulai mengamalkan berbagai ibadah sunnah. Beberapa informan mengaku mulai membiasakan diri melaksanakan salat dhuha, salat tahajud, membaca Al-Qur'an secara rutin, berdzikir, serta berpuasa Senin dan Kamis setelah memperoleh inspirasi dari konten-konten Islami di TikTok. Penyajian materi yang singkat, menarik, komunikatif, dan mudah dipahami membuat pesan keagamaan lebih mudah diterima oleh mahasiswa dibandingkan dengan penyampaian dakwah secara konvensional. Meskipun demikian, sebagian besar mahasiswa masih berada pada tahap mencoba dan belum mampu mempertahankan praktik ibadah sunnah tersebut secara konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi sebagai media dakwah digital yang efektif dalam membangun motivasi awal beribadah, namun belum sepenuhnya mampu membentuk kebiasaan religius yang berkelanjutan.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui **Teori Pembelajaran Sosial** yang dikemukakan oleh Albert Bandura (1977), yang menyatakan bahwa individu mempelajari perilaku melalui proses observasi, imitasi, dan penguatan (*observational learning*). Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa mengamati berbagai perilaku positif yang ditampilkan oleh para pendakwah, kreator konten Islami, maupun tokoh agama di

TikTok, kemudian terdorong untuk meniru perilaku tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Paparan konten religius yang berulang membentuk proses pembelajaran tidak langsung yang mampu meningkatkan kesadaran spiritual mahasiswa. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi media edukasi dan internalisasi nilai-nilai keagamaan.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Madhani dkk. (2021) yang menyatakan bahwa konten Islami di media sosial mampu meningkatkan motivasi spiritual, kesadaran beragama, serta mendorong pengguna untuk mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Kesamaan temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial, apabila dimanfaatkan secara positif, dapat menjadi salah satu instrumen efektif dalam mendukung proses pendidikan karakter religius, khususnya bagi generasi muda yang memiliki intensitas penggunaan media digital yang tinggi.

Hasil observasi semakin memperkuat temuan wawancara. Peneliti menemukan bahwa mahasiswa cukup aktif mengakses konten religius melalui halaman *For You Page* (FYP) maupun akun-akun dakwah yang mereka ikuti. Bentuk keterlibatan mahasiswa juga beragam, mulai dari memberikan tanda suka (*like*), menyimpan (*save*), membagikan ulang (*share*), hingga memberikan komentar pada konten-konten keagamaan. Sebagian mahasiswa bahkan menjadikan konten tersebut sebagai pengingat harian untuk meningkatkan kualitas ibadah, sedangkan sebagian lainnya lebih memilih menginternalisasi pesan-pesan keagamaan tanpa melakukan interaksi secara langsung di media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa intensitas paparan terhadap konten religius secara berulang dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam menjalankan ibadah dan memperkuat karakter religius mereka. Namun demikian, tingkat keberhasilan penguatan karakter religius tetap berbeda pada setiap individu, karena dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi intrinsik, komitmen pribadi, dan kematangan spiritual, serta faktor eksternal seperti lingkungan pergaulan, keluarga, dan budaya akademik yang mendukung pengamalan nilai-nilai keagamaan.

Bentuk Penguatan Karakter Religius Mahasiswa IAIN Kerinci melalui Video Audio Visual Tiktok

Penelitian ini menemukan bahwa salah satu bentuk penguatan karakter religius mahasiswa melalui konten audio-visual TikTok adalah munculnya proses refleksi diri (*self-reflection*) setelah menyaksikan berbagai konten keagamaan. Konten yang

mengangkat tema tentang nilai waktu, masa muda, kematian, kehidupan akhirat, serta pentingnya memperbaiki diri mampu membangkitkan kesadaran mahasiswa untuk mengevaluasi kembali kualitas kehidupan dan praktik keagamaan yang telah mereka jalankan. Melalui konten tersebut, mahasiswa terdorong untuk melakukan introspeksi mengenai kedisiplinan dalam melaksanakan ibadah, pemanfaatan waktu secara produktif, serta upaya meningkatkan kualitas akhlak dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, konten religius di TikTok tidak hanya memberikan informasi keagamaan, tetapi juga berfungsi sebagai media reflektif yang mengajak mahasiswa melakukan evaluasi diri secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan mengungkapkan bahwa setelah menonton video bertema nasihat kehidupan dan pengingat tentang kematian, mereka menjadi lebih sering memikirkan tujuan hidup serta tanggung jawab sebagai seorang muslim. Kesadaran bahwa kehidupan dunia bersifat sementara mendorong mahasiswa untuk lebih menghargai waktu, mengurangi aktivitas yang kurang bermanfaat, serta meningkatkan kualitas hubungan dengan Allah Swt. melalui pelaksanaan ibadah yang lebih baik. Penyampaian pesan yang singkat, komunikatif, serta dikemas dengan visual yang menarik membuat konten religius di TikTok lebih mudah dipahami dan diterima oleh mahasiswa dibandingkan dengan penyampaian materi keagamaan yang bersifat formal. Temuan ini menunjukkan bahwa karakteristik media sosial yang sederhana, cepat, dan dekat dengan kehidupan generasi muda mampu memperkuat efektivitas penyampaian pesan-pesan keagamaan.

Selain memunculkan refleksi diri, penelitian ini juga menemukan bahwa konten religius di TikTok memberikan respons emosional yang positif kepada mahasiswa. Hampir seluruh informan mengaku pernah merasakan ketenangan batin, rasa haru, rasa malu terhadap diri sendiri, serta dorongan yang kuat untuk memperbaiki kualitas ibadah setelah menyaksikan video-video religius. Video yang berisi pengingat tentang salat, kisah hijrah, doa, maupun nasihat kehidupan Islami mampu membangkitkan kesadaran emosional yang mendorong mahasiswa untuk lebih disiplin dalam menjalankan ibadah, menjaga perilaku, serta lebih berhati-hati dalam bertutur kata dan berinteraksi dengan orang lain. Respons emosional tersebut menjadi salah satu indikator bahwa konten audio-visual memiliki kekuatan persuasif dalam menyentuh aspek afektif mahasiswa, sehingga proses internalisasi nilai-nilai religius tidak hanya berlangsung pada ranah kognitif, tetapi juga pada dimensi emosional.

Temuan ini sejalan dengan teori pendidikan karakter yang dikemukakan oleh Thomas Lickona (1991), yang menjelaskan bahwa pembentukan karakter berlangsung melalui tiga dimensi utama, yaitu *moral knowing*, *moral feeling*, dan *moral action*. Dalam konteks penelitian ini, konten religius di TikTok terlebih dahulu meningkatkan pengetahuan mahasiswa mengenai nilai-nilai keagamaan (*moral knowing*), kemudian membangkitkan kesadaran dan respons emosional seperti rasa haru, penyesalan, serta motivasi untuk berubah (*moral feeling*). Selanjutnya, sebagian mahasiswa mulai mengimplementasikan nilai-nilai tersebut melalui perubahan perilaku, seperti lebih disiplin melaksanakan salat, membaca Al-Qur'an, memperbaiki akhlak, dan meningkatkan ibadah sunnah (*moral action*). Dengan demikian, TikTok dapat menjadi salah satu media yang mendukung proses internalisasi karakter religius apabila dimanfaatkan secara positif dan bertanggung jawab.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keterlibatan (*engagement*) mahasiswa terhadap konten religius merupakan bagian dari proses penguatan karakter religius. Bentuk keterlibatan tersebut terlihat melalui aktivitas memberikan tanda suka (*like*), menyimpan (*save*), memberikan komentar, serta membagikan kembali (*share*) konten religius kepada keluarga, teman, maupun melalui media sosial lainnya. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menjadi penerima informasi secara pasif, tetapi juga turut berpartisipasi dalam penyebaran nilai-nilai keagamaan di ruang digital. Di sisi lain, terdapat pula mahasiswa yang memilih untuk tidak banyak melakukan interaksi digital, namun lebih menekankan implementasi pesan-pesan religius dalam kehidupan nyata. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan penguatan karakter religius tidak semata-mata diukur dari intensitas aktivitas di media sosial, melainkan dari sejauh mana nilai-nilai yang diperoleh mampu diinternalisasi dan diwujudkan dalam perilaku sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat beberapa jenis konten yang dinilai paling efektif dalam membangun motivasi religius mahasiswa. Konten tersebut meliputi ceramah singkat, motivasi Islami, kisah nyata mengenai proses hijrah atau perubahan hidup seseorang, serta video yang mengingatkan pentingnya memanfaatkan lima perkara sebelum datang lima perkara lainnya, yaitu masa muda sebelum tua, sehat sebelum sakit, kaya sebelum miskin, waktu luang sebelum sibuk, dan hidup sebelum kematian. Konten yang menggunakan bahasa sederhana, ilustrasi yang dekat dengan pengalaman sehari-hari,

serta penyampaian yang komunikatif dianggap lebih mudah dipahami dan mampu menyentuh sisi emosional mahasiswa. Oleh karena itu, efektivitas konten religius di TikTok tidak hanya ditentukan oleh substansi materi yang disampaikan, tetapi juga oleh cara penyajian yang menarik, relevan, dan sesuai dengan karakteristik generasi digital saat ini.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa TikTok memiliki potensi yang besar sebagai media dakwah digital dan pendidikan karakter religius. Melalui kombinasi antara penyajian audio-visual yang menarik, pesan keagamaan yang kontekstual, serta kemudahan akses, platform ini mampu mendorong mahasiswa untuk melakukan refleksi diri, membangun kesadaran spiritual, memunculkan respons emosional yang positif, serta menumbuhkan motivasi untuk mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Namun demikian, keberhasilan penguatan karakter religius melalui TikTok tetap memerlukan dukungan dari faktor internal, seperti komitmen dan kesadaran pribadi, serta faktor eksternal berupa lingkungan keluarga, kampus, dan pergaulan yang mampu memperkuat pembiasaan perilaku religius secara berkelanjutan.

Tantangan yang Dihadapi Mahasiswa IAIN Kerinci dalam Penguatan Karakter Religius melalui Video Audio Visual Tiktok

Meskipun penelitian ini menunjukkan bahwa video audio-visual TikTok memberikan kontribusi positif terhadap penguatan karakter religius mahasiswa IAIN Kerinci, hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa proses tersebut masih menghadapi berbagai tantangan yang memengaruhi efektivitasnya. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, tantangan utama yang ditemukan meliputi dominasi konten hiburan pada platform TikTok, keterbatasan durasi penyampaian pesan keagamaan, serta rendahnya konsistensi mahasiswa dalam mengimplementasikan nilai-nilai religius yang diperoleh melalui konten dakwah ke dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten religius yang tersedia, tetapi juga dipengaruhi oleh karakteristik platform media sosial dan kesiapan individu dalam menginternalisasi nilai-nilai keagamaan.

Salah satu tantangan yang paling dominan adalah banyaknya konten hiburan yang muncul pada halaman *For You Page* (FYP). Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar mahasiswa mengakui bahwa meskipun mereka mengikuti akun-akun dakwah atau

sering mencari konten religius, perhatian mereka sering kali teralihkan oleh video hiburan, komedi, musik, tren, maupun konten viral lainnya yang ditampilkan secara otomatis oleh algoritma TikTok. Sistem rekomendasi TikTok yang dirancang untuk mempertahankan keterlibatan pengguna membuat berbagai jenis konten yang menarik secara visual lebih sering muncul dan bersaing dengan konten dakwah. Akibatnya, mahasiswa cenderung menghabiskan lebih banyak waktu untuk menikmati konten hiburan dibandingkan memperdalam konten keagamaan.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui **Uses and Gratifications Theory** yang dikemukakan oleh Elihu Katz dan Jay G. Blumler (1974). Teori ini menjelaskan bahwa pengguna media bersifat aktif dalam memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan psikologisnya, seperti kebutuhan akan hiburan, relaksasi, informasi, maupun interaksi sosial. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa tidak selalu menggunakan TikTok untuk memperoleh pengetahuan keagamaan, tetapi juga sebagai sarana menghilangkan kejenuhan setelah mengikuti aktivitas perkuliahan. Oleh karena itu, kebutuhan akan hiburan sering kali lebih dominan sehingga perhatian terhadap konten religius menjadi tidak konsisten. Kondisi ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah digital di media sosial sangat dipengaruhi oleh motivasi pengguna dalam memanfaatkan platform tersebut.

Selain dominasi konten hiburan, penelitian ini juga menemukan bahwa keterbatasan durasi video menjadi kendala dalam penyampaian materi keagamaan secara komprehensif. Meskipun TikTok telah menyediakan durasi video yang lebih panjang dibandingkan sebelumnya, sebagian besar konten religius yang dikonsumsi mahasiswa masih disajikan dalam format singkat. Penyampaian materi yang ringkas memang memudahkan pengguna memahami pesan-pesan pokok, namun sering kali belum mampu menjelaskan konsep-konsep keagamaan secara utuh dan mendalam. Akibatnya, mahasiswa memperoleh pemahaman yang bersifat umum tanpa memiliki kesempatan untuk mengeksplorasi dalil, argumentasi, maupun konteks yang lebih luas. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok lebih efektif digunakan sebagai media pengingat (*reminder*) dan motivasi awal, sedangkan pendalaman materi keagamaan tetap memerlukan sumber belajar lain, seperti kajian langsung, buku, atau platform pembelajaran yang lebih komprehensif.

Tantangan berikutnya berkaitan dengan konsistensi mahasiswa dalam mengimplementasikan nilai-nilai religius setelah menyaksikan konten dakwah.

Berdasarkan hasil wawancara, hampir seluruh informan mengakui bahwa mereka sering merasakan peningkatan motivasi spiritual setelah menonton video yang mengingatkan tentang salat, kematian, atau pentingnya memperbanyak amal saleh. Namun, motivasi tersebut umumnya hanya bertahan dalam waktu tertentu dan belum sepenuhnya berkembang menjadi kebiasaan yang menetap. Kesibukan perkuliahan, tugas akademik, aktivitas organisasi, kelelahan fisik, serta paparan konten hiburan lainnya menjadi faktor yang menyebabkan mahasiswa sulit mempertahankan semangat tersebut secara berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan teori **Habit Formation** yang dikembangkan oleh Phillippa Lally dkk. (2010), yang menjelaskan bahwa pembentukan suatu kebiasaan memerlukan pengulangan perilaku secara konsisten dalam jangka waktu tertentu hingga menjadi bagian dari rutinitas individu. Dalam konteks penelitian ini, konten religius di TikTok mampu memunculkan motivasi awal untuk beribadah, namun motivasi tersebut belum cukup untuk membentuk karakter religius apabila tidak diikuti dengan praktik yang berulang, lingkungan yang mendukung, serta komitmen pribadi yang kuat. Dengan demikian, media sosial lebih berfungsi sebagai pemicu perubahan perilaku (*behavioral trigger*), sedangkan proses internalisasi nilai tetap memerlukan pembiasaan yang dilakukan secara terus-menerus.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat pemanfaatan konten religius di antara mahasiswa. Sebagian mahasiswa secara aktif mengikuti akun-akun dakwah, menyimpan video yang dianggap bermanfaat, serta menjadikannya sebagai pengingat dalam menjalankan ibadah. Sebaliknya, sebagian mahasiswa hanya menonton konten tersebut ketika muncul secara kebetulan di halaman FYP tanpa berupaya mencari materi keagamaan secara lebih mendalam. Perbedaan pola penggunaan ini menunjukkan bahwa efektivitas TikTok dalam memperkuat karakter religius sangat dipengaruhi oleh literasi digital, motivasi belajar, serta kemampuan mahasiswa dalam mengelola konsumsi media sosial secara selektif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa tantangan dalam penguatan karakter religius mahasiswa melalui video audio-visual TikTok tidak hanya berasal dari faktor internal, seperti motivasi, kedisiplinan, dan komitmen mahasiswa dalam mengamalkan ajaran agama, tetapi juga dipengaruhi oleh karakteristik media sosial yang dirancang untuk mempertahankan perhatian pengguna melalui beragam konten yang bersifat menghibur. Oleh karena itu, penguatan karakter religius melalui TikTok

memerlukan strategi yang lebih komprehensif, antara lain peningkatan kesadaran diri dalam menggunakan media sosial, penguatan literasi digital keagamaan, kemampuan memilih konten yang kredibel, serta pembiasaan mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, dukungan dari keluarga, dosen, dan lingkungan kampus juga diperlukan agar motivasi religius yang muncul melalui media digital dapat berkembang menjadi karakter yang kuat, konsisten, dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa video audio visual tiktok memiliki peran dalam mendukung penguatan karakter religius mahasiswa IAIN Kerinci, terutama pada aspek ketaatan beribadah. Konten religius seperti ceramah singkat, motivasi Islami, pengingat salat, dan pembahasan tentang kehidupan akhirat mampu meningkatkan kesadaran mahasiswa untuk melaksanakan ibadah dengan lebih baik. Mahasiswa menjadi lebih terdorong untuk menjaga salat tepat waktu serta mulai mencoba melaksanakan berbagai ibadah sunnah seperti salat dhuha, salat tahajud, membaca Al-Qur'an, serta puasa senin dan kamis. Meskipun demikian, pengaruh tersebut belum sepenuhnya berlangsung secara konsisten karena masih dipengaruhi oleh kesadaran dan komitmen pribadi masing-masing individu.

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa bentuk penguatan karakter religius melalui video audio visual tiktok tampak melalui munculnya refleksi diri, respons emosional positif setelah menonton konten religius, serta keterlibatan terhadap konten religius. Mahasiswa mengaku lebih sering merenungkan kualitas ibadah, penggunaan waktu, dan perilaku sehari-hari setelah mengakses video dakwah yang berkaitan dengan salat di tiktok. Selain itu, keterlibatan mahasiswa terhadap konten religius, baik melalui aktivitas menyukai, menyimpan, memposting ulang, maupun menerapkan pesan yang diterima dalam kehidupan sehari-hari, menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana pembelajaran agama dan pengingat spiritual bagi generasi muda di era digital.

Di sisi lain, penelitian ini menemukan bahwa penguatan karakter religius melalui video audio visual tiktok masih menghadapi berbagai tantangan yaitu banyaknya konten hiburan yang muncul di halaman *For You Page* (FYP) membuat perhatian mahasiswa mudah teralihkan dari konten religius. Selain itu, durasi video yang singkat menyebabkan pesan keagamaan sering kali belum dipahami secara mendalam. Mahasiswa juga mengalami kesulitan dalam menjaga konsistensi untuk menerapkan

nilai-nilai religius yang diperoleh dari media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penguatan karakter religius melalui tiktok memerlukan kemampuan pengguna dalam mengontrol penggunaan media sosial, memilih konten yang bermanfaat, serta membangun kebiasaan positif secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa video audio visual tiktok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga memiliki potensi sebagai media dakwah dan penguatan karakter religius apabila digunakan secara bijak. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperluas kajian mengenai pemanfaatan media sosial dalam pendidikan karakter religius, khususnya melalui pendekatan fenomenologi yang menekankan pengalaman subjektif mahasiswa dalam memaknai konten religius di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Suriyani, E. (2024). Implementasi Program Digitalisasi Desa (DIGIDES) Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik di Desa Kapar Kecamatan Murung Pudak Kabupaten Tabalong. *Jurnal Stiatabalong*, 7, 2073–2088.
- Aura, E. K. (2024). Pengaruh Konten Tiktok terhadap Moral Religius Siswa Kelas X SMAN 3 Pekalongan. *Doctoral Dissertation*, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*.
- Blumber, J. G., & Katz, E. (1974). *Penggunaan Komunikasi Massa: Perspektif Terkini tentang Penelitian Gratifikasi*. *Sage Annual Reviews of Communication Research Volume III*.
- Creswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan. In *Pustaka Pelajar*.
- Efendi, E., Wahyu, S., & Rambe, T. B. (2025). *Makna Transformasi lingkaran Pertemanan Generasi Z Melalui Media Sosial Tiktok: Perspektif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*.
- Erwin, Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital (Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini)*.
- Fadhallah. (2021). *Wawancara*. UNJ PRESS.
- Fadhilah, I. N., Sufa, F., Walad, A. H., Oktavian, F., Pratama, M. V, Safari, A. N., Putri, D. A., & Salsabila, D. A. (2023). *Problematisasi teori dan Praktik Komunikasi*.
- Irsyadillah, M. A. R. (2024). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU RELIGIUS SISWA DI SMAN 1 MALANG SKRIPSI*.
- Lally, P., Van Jaarsveld, C. H. M., Potts, H. W. W., & Wardle, J. (2010). How are habits formed: Modelling habit formation in the real world. *European Journal of Social Psychology*, 40(6), 998–1009. <https://doi.org/10.1002/ejsp.674>
- Lenaini, I. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling Info Artikel Abstrak*. 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>
- Lickona, T. (1991). *Mendidik untuk Membentuk Karakter*. The Journal of Moral Education.
- Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, 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>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. In *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* (Vol. 12).
- Millah, A. S., Apriyani, Arobiah, D., Febriani, E. S., & Ramdhani, E. (2023). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140–153.
- Mubarak, M. I., Jumadi, & Satrio, A. (2024). Analisis Dampak Media Sosial Tiktok Terhadap Pendidikan Karakter di Era teknologi 4.0. In *Journal of Instructional Technology J-INSTECH* (Vol. 5).
- Nurmala, D. M., Afrizal, S., & Wibowo, T. U. S. H. (2022). *Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa*. <http://www>.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif* (Vol. 17, Number 33).
- Saefuddin, M. T., Wulan, T. N., Savira, & Juansah, D. E. (2023). Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif dan Kualitatif Pada Metode Penelitian. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 08, 5962–5974.
- Salim, M. A., Arkanudin, A., & Maulidin, S. (2024). Strategi Pembelajaran Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan Akhlakul Karimah Peserta Didik: Studi di SMP Al-

Kamal Jakarta. *Jurnal Inovasi Karya Ilmiah Guru*, 4(3).
<https://jurnalp4i.com/index.php/teacher/index>