



Pengaruh Konten Islami Tiktok Bertema Fikih dan Akhlak terhadap Pengetahuan Agama Mahasiswa Prodi PAI UIN Palopo

Putri Sintia^{1*}, Nur Fakhrunnisaa², M Arief³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Palopo, Indonesia

Email: 20104000023@uinpalopo.ac.id¹, nurfakhrunnisaa@uinpalopo.ac.id², h.m.ariief.r@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: 20104000023@uinpalopo.ac.id

Abstract The development of social media as a space for disseminating information has presented opportunities as well as challenges in religious learning for students. TikTok, as a digital platform that is popular among the younger generation, provides a variety of Islamic content with the theme of fiqh and morals that have the potential to affect users' religious understanding. This study aims to analyze the influence of Islamic content on TikTok with the theme of fiqh and morals on the religious knowledge of students of the PAI Study Program UIN Palopo. The research method used a quantitative approach with multiple linear regression analysis of 268 respondents selected through random sampling techniques. The results of the study show that the content of fiqh has a positive and significant effect on students' religious knowledge, so that content that contains explanations of the laws of worship can improve religious understanding. Moral content has also proven to be significant, especially because of the presentation of moral values that are simple and relevant to student life. Simultaneously, the two variables contributed 61.3% to the increase in religious knowledge. These findings confirm that TikTok plays a role as an effective informal learning medium, although the limitations of the duration of the content make the understanding formed not always deep. This research implies the need to strengthen digital literacy and students' critical attitudes in filtering religious content so that the understanding obtained is more comprehensive and accurate.

Keywords: Fiqh Content; Moral Content; Religious Knowledge; Students; Tiktok.

Abstrak. Perkembangan media sosial sebagai ruang penyebaran informasi telah menghadirkan peluang sekaligus tantangan dalam pembelajaran agama bagi mahasiswa. TikTok, sebagai platform digital yang populer di kalangan generasi muda, menyediakan berbagai konten Islami bertema fikih dan akhlak yang berpotensi memengaruhi pemahaman keagamaan pengguna. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh konten islami TikTok bertema fikih dan akhlak terhadap pengetahuan agama mahasiswa Prodi PAI UIN Palopo. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda terhadap 268 responden yang dipilih melalui teknik random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten fikih berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan agama mahasiswa, sehingga konten yang memuat penjelasan hukum ibadah dapat meningkatkan pemahaman keagamaan. Konten akhlak juga terbukti berpengaruh signifikan, terutama karena penyajian nilai moral yang sederhana dan relevan dengan kehidupan mahasiswa. Secara simultan, kedua variabel memberikan kontribusi sebesar 61,3% terhadap peningkatan pengetahuan agama. Temuan ini menegaskan bahwa TikTok berperan sebagai media pembelajaran informal yang efektif, meskipun keterbatasan durasi konten membuat pemahaman yang terbentuk tidak selalu mendalam. Penelitian ini mengimplikasikan perlunya penguatan literasi digital dan sikap kritis mahasiswa dalam menyaring konten keagamaan agar pemahaman yang diperoleh lebih komprehensif dan akurat.

Kata kunci: Konten Akhlak; Konten Fikih; Mahasiswa; Pengetahuan Agama; Tiktok.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat mengakses informasi, termasuk dalam bidang pendidikan dan keagamaan. Media sosial, sebagai produk utama transformasi digital, kini memainkan peran signifikan dalam membentuk perilaku, cara pandang, serta pengetahuan keagamaan generasi muda. Di Indonesia, TikTok menjadi salah satu platform yang paling berpengaruh dengan lebih dari 109 juta pengguna aktif pada tahun 2024 (Seo, 2023). Angka tersebut menempatkan TikTok sebagai platform dengan tingkat keterlibatan pengguna yang sangat tinggi, sekaligus menunjukkan

pergeseran preferensi masyarakat terhadap pola konsumsi informasi yang bersifat cepat, ringkas, dan visual. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana media sosial tidak lagi sekadar menjadi ruang hiburan, melainkan juga kanal pembelajaran informal, termasuk dalam penyebaran konten Islami seperti fikih dan akhlak yang banyak dikonsumsi oleh mahasiswa.

Meskipun menawarkan peluang baru dalam pendidikan agama, penggunaan media sosial sebagai rujukan keagamaan menimbulkan tantangan tersendiri. Beberapa studi menunjukkan bahwa konten Islami di TikTok mampu meningkatkan pemahaman agama pengguna, terutama dalam hal praktik ibadah, doa harian, serta pengetahuan dasar terkait fikih dan akhlak. Penelitian Ahmad Fauzi dan Muktarrudin (2023), misalnya, mengungkapkan bahwa menonton konten keagamaan di TikTok berpengaruh positif terhadap peningkatan pemahaman agama remaja. Namun, tantangan terkait validitas informasi, kecenderungan konsumsi materi secara instan, serta keterpaparan pada konten yang tidak sesuai dengan prinsip ajaran Islam menjadi isu penting yang perlu diperhatikan. Kondisi ini menandakan adanya kesenjangan antara potensi media sosial sebagai sarana pendidikan agama dan kualitas pemahaman yang dihasilkan, terutama bagi mahasiswa PAI yang dituntut memiliki kompetensi keagamaan yang komprehensif sebagai calon pendidik di masa depan.

Pandangan ini sejalan dengan hasil penelitian Ayu Febriana (2021), yang mengungkapkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media dakwah, sebagaimana terlihat pada akun TikTok Ustaz Syam yang memanfaatkan fitur audio-visual, musik, filter, dan tampilan visual kreatif untuk menyampaikan pesan agama yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadis. Konten dakwah yang disampaikan mencakup materi akidah, syariah, dan akhlak, yang dirancang agar mudah dipahami dan diterima oleh generasi muda pengguna TikTok.

Sejumlah penelitian di bidang literasi digital keagamaan menegaskan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai alat pembelajaran yang efektif jika digunakan secara kritis (Faizah, Rida, 2024, Elis Lisyawati, mohsen, Umul Hidayati, 2023). Namun, kajian mengenai bagaimana konten TikTok secara spesifik memengaruhi pengetahuan agama mahasiswa, terutama dalam aspek fikih dan akhlak, masih relatif terbatas. Keterbatasan ini menunjukkan adanya ruang penelitian yang belum banyak dieksplorasi, terutama di era ketika mahasiswa semakin mengandalkan media sosial sebagai sumber referensi keagamaan. Sementara itu, hasil observasi awal dan wawancara terhadap mahasiswa Program Studi PAI UIN Palopo menunjukkan bahwa mereka tidak hanya aktif mengonsumsi konten Islami di TikTok, tetapi juga merasakan dampak langsung berupa motivasi beribadah, pemahaman baru terkait hukum fikih, serta penerapan nilai akhlak dalam kehidupan sehari-hari. Namun, sebagian mahasiswa

juga menyatakan kebingungan ketika menemukan perbedaan pendapat atau informasi yang kurang mendalam.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini diarahkan untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana dinamika penyebaran konten TikTok bertema fikih dan akhlak memengaruhi pengetahuan keagamaan mahasiswa. Fokus utama mencakup analisis karakteristik konten, persepsi mahasiswa terhadap kredibilitasnya, serta sejauh mana konten tersebut berkontribusi meningkatkan pemahaman mereka terkait fikih dan akhlak Islam. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memetakan pengaruh media sosial terhadap pembentukan pengetahuan agama, tetapi juga mengidentifikasi faktor pendorong atau penghambat dalam proses internalisasi nilai-nilai keislaman melalui platform digital.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh konten TikTok bertema fikih dan akhlak terhadap pengetahuan agama mahasiswa Program Studi PAI UIN Palopo, serta merumuskan implikasi akademik dan praktis dari temuan tersebut. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembelajaran agama Islam di era digital. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi pendidik, lembaga pendidikan, dan kreator konten Islami dalam merancang strategi dakwah dan pembelajaran yang lebih adaptif, valid, dan relevan bagi generasi digital. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana interaksi mahasiswa dengan konten keagamaan di media sosial membentuk kompetensi pengetahuan agama mereka dalam konteks pendidikan Islam kontemporer.

2. KAJIAN TEORITIS

Konten fikih pada media sosial TikTok merujuk pada penyajian informasi mengenai hukum-hukum syariat yang bersifat praktis terkait ibadah dan muamalah. Konten ini biasanya dikemas dalam bentuk video singkat yang menjelaskan tata cara ibadah, penjelasan ulama, serta ilustrasi kasus yang dekat dengan kehidupan (Falikhah & Amaly, 2025). Secara teoretis, konten fikih dapat dipahami melalui Teori pembelajaran sosial dalam buku Efrita Norman dkk, yang menekankan bahwa individu belajar melalui pengamatan terhadap informasi dan perilaku yang ditampilkan media (Norman, Efrita, Windi Megayanti, 2024). Adapun indikator konten fikih yang digunakan dalam penelitian Menurut Faris Khoirul Anam (2023), sebagaimana disesuaikan dengan instrumen penelitian, meliputi ketepatan konten fikih, yaitu sejauh mana isi materi sesuai dengan ajaran Islam; pemahaman terhadap isi konten, yang menggambarkan tingkat kemudahan pengguna dalam memahami pesan yang disampaikan; serta kesesuaian

konten dengan kebutuhan pengguna, yaitu relevansi materi fikih dengan situasi dan persoalan keagamaan yang mereka hadapi.

Konten akhlak dalam TikTok merupakan materi digital yang memuat pesan moral, nilai etika Islam, serta contoh perilaku terpuji yang dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari. Konten ini biasanya hadir dalam bentuk cerita pendek, nasihat, motivasi keagamaan, atau visual inspiratif yang menekankan pentingnya sikap jujur, amanah, sopan santun, dan empati (Sumardianto, 2025). Konten akhlak relevan dengan teori konstruktivisme yang menjelaskan bahwa individu membangun sendiri pemahaman moral melalui pengalaman yang mereka interpretasikan (Prastowo, 2021). Indikator konten akhlak menurut (Budiarti et al., 2023) mencakup kesesuaian isi konten akhlak, yaitu sejauh mana pesan moral selaras dengan nilai-nilai Islam; kebermanfaatan konten, yang menggambarkan kontribusi konten dalam pengembangan karakter; kesesuaian akhlak dengan kondisi pengguna, yaitu relevansi nilai moral dengan kehidupan mahasiswa; serta pencapaian nilai akhlak, yang menunjukkan sejauh mana konten mendorong perubahan sikap dan perilaku pengguna.

Pengetahuan agama mencakup pemahaman individu terhadap ajaran Islam, baik terkait aspek keyakinan, ibadah, maupun akhlak (Ashari et al., 2025). Pada era digital, pengetahuan agama juga diperoleh melalui media nonformal seperti TikTok yang menyediakan konten keagamaan secara ringkas dan menarik. Dalam penelitian, pengetahuan agama dipahami sebagai kemampuan mahasiswa menilai kebenaran ajaran Islam, memahami sumber dakwah, serta menghubungkan ajaran tersebut dengan praktik kehidupan sehari-hari. Indikator pengetahuan agama yang digunakan menurut (Elia & Neka, 2024), meliputi kesesuaian ajaran Islam pada konten, yakni kemampuan mahasiswa menilai ketepatan materi dengan prinsip syariat; kredibilitas pembuat konten, yaitu tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap sumber penyampai ajaran; serta kesesuaian penerapan ajaran Islam pada video, yaitu tingkat relevansi isi konten dengan praktik keagamaan mahasiswa.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam mengkaji “Pengaruh Konten Islami TikTok Bertema Fikih dan Akhlak terhadap Pengetahuan Agama Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam UIN Palopo” adalah metode kuantitatif dengan pendekatan regresi linear berganda. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan mengukur besarnya pengaruh dua variabel independen konten fikih dan konten akhlak terhadap variabel dependen yaitu pengetahuan agama mahasiswa. Pendekatan kuantitatif juga memungkinkan peneliti menguji hubungan sebab-akibat, mengukur kontribusi masing-masing variabel, dan

menggeneralisasikan temuan terhadap populasi mahasiswa Prodi PAI UIN Palopo. Analisis regresi digunakan sebagai teknik utama untuk menguji hipotesis dan melihat sejauh mana konten TikTok dapat memengaruhi tingkat pengetahuan agama mahasiswa.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama, yaitu variabel independen (X_1 = Konten Fikih, X_2 = Konten Akhlak) dan variabel dependen (Y = Pengetahuan Agama). Variabel Konten Fikih (X_1) merujuk pada segala bentuk konten TikTok yang membahas hukum-hukum syariat yang berkaitan dengan ibadah dan muamalah. Konten ini mencakup penyampaian hukum fikih, penjelasan ulama, tata cara ibadah, serta permasalahan keagamaan yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Indikator variabel dalam penelitian meliputi ketepatan isi konten fikih, tingkat pemahaman pesan oleh pengguna, dan relevansi materi dengan kebutuhan keagamaan mahasiswa. Variabel Konten Akhlak (X_2) mengacu pada konten TikTok yang berisi nasihat moral, nilai etika Islam, motivasi, dan ajakan untuk berperilaku terpuji. Konten ini menggambarkan nilai kejujuran, amanah, empati, adab, serta akhlak Islami lainnya. Indikator variabel meliputi kesesuaian nilai akhlak dengan ajaran Islam, kebermanfaatan pesan, relevansi nilai moral dengan kehidupan mahasiswa, serta dampak konten terhadap perubahan perilaku. Variabel Pengetahuan Agama (Y) mencerminkan pemahaman mahasiswa terhadap ajaran Islam, termasuk aqidah, ibadah, dan akhlak. Indikatornya meliputi kemampuan mahasiswa menilai kesesuaian ajaran Islam dalam konten, tingkat kepercayaan pada kredibilitas kreator konten, serta sejauh mana ajaran Islam dalam video relevan dengan kehidupan mahasiswa.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) sebagai instrumen utama. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan menggunakan *skala Likert* untuk memudahkan pengukuran data kuantitatif (Fasiha, et.al 2025). Kuesioner dibagikan kepada mahasiswa Prodi PAI UIN Palopo guna memperoleh data mengenai intensitas mereka mengakses konten fikih dan akhlak di TikTok serta tingkat pengetahuan agama yang dimiliki. Selain itu, teknik dokumentasi juga digunakan untuk mengumpulkan data sekunder seperti jumlah mahasiswa, data akademik, serta literatur yang mendukung penelitian. Seluruh jawaban responden akan dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui perangkat lunak SPSS versi 26.

Populasi dalam penelitian adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam UIN Palopo, yang menurut data akademik berjumlah 818. Populasi ini dipilih karena dianggap memiliki karakteristik yang relevan dengan topik penelitian, yaitu mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki latar pendidikan berbasis agama. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, yaitu

teknik penarikan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Adapun jenis *probability sampling* yang diterapkan adalah random sampling, karena seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam UIN Palopo dianggap memiliki karakteristik yang relatif seragam dalam konteks variabel yang diteliti, sehingga setiap mahasiswa memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden tanpa membedakan semester maupun jenis kelamin. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Taro Yamane*, yang sesuai digunakan ketika populasi berjumlah besar dan seluruh anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih (Hamali et al., 2023). Rumus *Taro Yamane* untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: Ukuran sampel/jumlah responden

N: Ukuran populasi

d: Persentase kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diterima

Populasi penelitian ini berjumlah 818 mahasiswa, sehingga penentuan sampel dilakukan dengan tingkat kesalahan 5%. Dengan demikian, $N = 818$ dan nilai d sebesar 0,05. Nilai d kemudian dikuadratkan menjadi $d^2 = (0,05 \times 0,05 = 0,0025)$. Perhitungan jumlah sampel dilakukan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d^2)+1} = \frac{818}{818(0.05^2)+1} = \frac{818}{3.045} = 268,4$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian adalah 268 responden. Jumlah ini dipilih untuk memastikan bahwa sampel yang digunakan benar-benar mewakili keseluruhan populasi mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam UIN Palopo sehingga proses pengolahan data menjadi lebih mudah dan hasil pengujian dapat diperoleh secara lebih akurat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 268 responden mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam (PAI) UIN Palopo, diperoleh gambaran bahwa penggunaan TikTok sebagai media pembelajaran informal telah menjadi bagian yang cukup melekat dalam aktivitas keseharian mahasiswa. Responden yang terlibat didominasi oleh perempuan sebanyak 59%, sedangkan laki-laki berjumlah 41%. Mereka berada pada rentang usia 19–22 tahun, yang merupakan kelompok usia paling aktif menggunakan media sosial, sehingga memiliki tingkat

keterpaparan yang tinggi terhadap konten Islami, khususnya yang bertema fikih dan akhlak. Selain itu, responden berasal dari semester 3, 5, dan 7, sehingga memberikan representasi yang cukup komprehensif terkait pengalaman belajar baik pada tingkat awal, menengah, maupun akhir studi.

Instrumen penelitian yang digunakan telah melalui uji validitas dan reliabilitas, dan seluruh item dinyatakan valid serta reliabel. Data yang dianalisis juga memenuhi seluruh persyaratan uji asumsi klasik, seperti normalitas, tidak adanya multikolinearitas, serta tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa data layak untuk dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok bertema fikih berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan agama mahasiswa. Hal ini terlihat dari nilai t hitung 2,994 yang lebih besar dibanding t tabel 1,969, dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan kata lain, semakin sering mahasiswa menyaksikan konten fikih yang menjelaskan hukum-hukum ibadah dan persoalan keagamaan, semakin baik pula pemahaman agama yang mereka miliki. Temuan ini membuktikan bahwa TikTok dapat berfungsi sebagai sarana edukasi keagamaan yang efektif, bukan sekadar hiburan.

Konten akhlak juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan agama mahasiswa. Nilai t hitung 1,997 $>$ 1,969 dengan signifikansi $0,009 < 0,05$ menunjukkan bahwa konten yang membahas etika, perilaku terpuji, dan nilai moral Islam mampu membantu mahasiswa menginternalisasi pemahaman agama secara lebih menyeluruh. Konten akhlak yang bersifat ringan, mudah dipahami, dan dekat dengan kehidupan mahasiswa membuat mereka lebih mudah menerima pesan-pesan keagamaan.

Secara bersamaan, variabel konten fikih dan konten akhlak memberikan pengaruh signifikan terhadap pengetahuan agama mahasiswa. Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung 2,807 yang lebih besar dari F tabel 2,64 dan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$. Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 61,3% peningkatan pengetahuan agama mahasiswa, sementara 38,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti latar belakang keluarga, pengalaman organisasi, pembelajaran di kelas, atau lingkungan sosial.

Keseluruhan hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa TikTok memiliki peran penting sebagai media pembelajaran informal bagi mahasiswa PAI. Konten fikih dan akhlak yang mereka konsumsi terbukti meningkatkan pengetahuan agama secara nyata. TikTok tidak lagi hanya menjadi platform hiburan, tetapi telah berkembang menjadi ruang dakwah digital yang relevan dengan kebutuhan generasi muda, terutama dalam memperkuat pemahaman mereka terkait ajaran Islam.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten Islami di TikTok, baik yang bertema fikih maupun akhlak, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan agama mahasiswa PAI UIN Palopo. Temuan ini selaras dengan *Social Learning Theory*, yang menjelaskan bahwa proses belajar dapat terjadi melalui pengamatan terhadap perilaku atau informasi yang ditampilkan melalui media. Dalam hal ini, mahasiswa memanfaatkan TikTok tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi keagamaan yang mereka anggap mudah dipahami, ringkas, dan relevan. Hal ini membuktikan bahwa TikTok dapat menjadi sarana edukasi tambahan selama konten yang dikonsumsi bersifat edukatif.

Konten fikih yang dikemas dalam video pendek terbukti membantu mahasiswa memahami dasar-dasar hukum Islam dengan lebih cepat. Penjelasan yang sederhana, visual yang menarik, serta durasi video yang singkat membuat mahasiswa lebih mudah menyerap materi yang disampaikan. Konten seperti pembahasan tata cara ibadah, muamalah, atau persoalan fikih sehari-hari menjadi pelengkap yang efektif atas pembelajaran formal di kelas. Temuan statistik memperkuat hal ini dengan menunjukkan bahwa konten fikih memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pengetahuan agama mahasiswa.

Hal serupa juga terlihat pada konten akhlak. Video yang membahas perilaku terpuji, adab dalam kehidupan sehari-hari, serta nilai-nilai moral Islam memberikan dorongan positif bagi mahasiswa untuk memperkuat pemahaman keagamaan mereka. Karena TikTok merupakan platform yang akrab dengan keseharian mahasiswa, pesan akhlak lebih mudah diterima dan diingat. Kondisi ini sejalan dengan teori *konstruktivisme* yang menyatakan bahwa pengetahuan dibangun dari interaksi seseorang dengan lingkungannya, termasuk lingkungan digital.

Namun demikian, meskipun kedua variabel penelitian ini berpengaruh, tingkat pengaruhnya tidak sepenuhnya maksimal. Hasil analisis menunjukkan bahwa konten fikih dan akhlak secara simultan hanya menjelaskan 61,3% variasi pengetahuan agama mahasiswa. Angka ini menunjukkan bahwa meskipun konten TikTok mempunyai kontribusi cukup besar, karakteristik konten TikTok yang serba singkat, padat, dan ringkas menyebabkan informasi yang diterima mahasiswa sering kali bersifat permukaan. Durasi video yang sangat pendek membuat materi keagamaan tidak dapat dijelaskan secara mendalam, sehingga pemahaman mahasiswa tidak sepenuhnya komprehensif. Dengan kata lain, meskipun konten pendek diminati dan mudah diakses, sifat ringkasnya membatasi kedalaman pengaruh terhadap pemahaman agama.

Selain itu, 38,7% pengaruh lainnya berasal dari faktor luar seperti lingkungan keluarga, pembelajaran formal, pengalaman organisasi, pergaulan, dan kegiatan keagamaan di kampus. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan pengetahuan agama tetap membutuhkan dukungan dari berbagai sumber, tidak hanya dari media sosial.

Implikasi dari temuan ini cukup penting bagi institusi pendidikan. Kampus dapat menyediakan program literasi digital untuk membantu mahasiswa memilah konten keagamaan yang valid dan mencegah mereka menerima informasi yang tidak akurat di media sosial. Pelatihan atau seminar mengenai penggunaan media sosial yang bijak juga diperlukan untuk mengarahkan mahasiswa agar memanfaatkan TikTok secara positif tanpa mengurangi kedalaman pemahaman keagamaannya.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa TikTok dapat menjadi media pembelajaran informal yang bermanfaat, namun tetap memiliki keterbatasan karena sifat kontennya yang ringkas. Mahasiswa diharapkan mampu menggunakan media sosial secara kritis agar dapat memperoleh manfaat maksimal sekaligus menjaga kualitas pemahaman agama di tengah arus informasi digital yang serba cepat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian yang diperoleh, penelitian menegaskan bahwa konten Islami pada platform TikTok khususnya yang berkaitan dengan materi fikih dan akhlak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan agama mahasiswa PAI UIN Palopo. Secara individual, kedua jenis konten tersebut terbukti memberikan kontribusi positif terhadap pemahaman keagamaan mahasiswa, sementara secara simultan keduanya menjelaskan 61,3% variasi pengetahuan agama yang muncul. Capaian ini menunjukkan bahwa TikTok dapat berperan sebagai sarana pembelajaran informal, meskipun efektivitasnya memiliki batasan tertentu mengingat karakteristik kontennya yang singkat sehingga tidak memungkinkan penyampaian materi secara mendalam.

Dengan mempertimbangkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar mahasiswa mengembangkan sikap kritis dalam mengonsumsi konten keagamaan di media sosial serta memperkuat kemampuan literasi digital untuk memastikan akurasi informasi yang mereka terima. Institusi pendidikan juga disarankan untuk menyediakan pendampingan atau edukasi terkait pemanfaatan media sosial sebagai sumber belajar yang bertanggung jawab. Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup variabel yang hanya difokuskan pada konten fikih dan akhlak, sehingga penelitian mendatang diharapkan dapat mengeksplorasi faktor lain seperti lingkungan keluarga, pengalaman organisasi, atau platform digital berbeda

agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perkembangan pengetahuan agama mahasiswa di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Anam, F. K. (2023). *Fikih media sosial: Cerdas berbagi informasi*. Cipta Media Nusantara.
- Ashari, A. L., Rahman, A., & Kusminingsih, E. (2025). *Pendidikan agama Islam dalam lensa filsafat ilmu*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ayu, F. (2021). Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah: Studi kasus Ustad Syam di akun @syam_elmarusy. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 7(2), 180–194. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>
- Budiarti, A. L., Alviyah, E. N., Triana, I., Lestari, N. A., Jamilah, R., Saptaji, S. A. P., & Hyangsewu, P. (2023). Analisis dakwah TikTok terhadap tingkat religiusitas mahasiswa: Studi kasus pada pengguna aktif TikTok di kalangan mahasiswa UPI. *Fenomena*, 15(2), 136–151. <https://doi.org/10.21093/fj.v15i2.8555>
- Elia, F., & Neka, S. W. (2024). Efektivitas media sosial sebagai sarana peningkatan pengetahuan agama Islam di kalangan mahasiswa. *Consilium: Education and Counseling Journal*, 4(2), 433–440. <https://doi.org/10.36841/consilium.v4i2.4689>
- Faizah, R., & Tuhah, M. M. (2024). Peran media sosial dalam meningkatkan pemahaman agama Islam di kalangan generasi milenial. *Mumtaz: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.69552/mumtaz.v4i1.2889>
- Falikhah, N., & Amaly, N. (2025). *Media sosial dan sharing konten Islam*. Pena Cendekia.
- Fasiha, Syamsudin, N., Erwin, Nur Alam, A. I., Rusli, M., & Samsul. (2025). *Algoritma publikasi: Panduan inovatif menulis artikel ilmiah berkualitas*. Penerbit Adab.
- Fauzi, A., & Muktarruddin, M. (2023). Dampak menonton video dakwah di media sosial TikTok terhadap pengalaman agama remaja masjid Desa Medan Krio. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 7(2). <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i2.29398>
- Hamali, S., Riswanto, A., Zafar, T. S., Handoko, Y., Sarjana, I. W. M., Saputra, D., Manafe, H. A., Siregar, I. S., Kurniawan, S., & Sarjono, H. (2023). *Metodologi penelitian manajemen: Pedoman praktis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah ilmu manajemen*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lisyawati, E., Mohsen, Hidayati, U., & Taufiqurrahman, O. A. (2023). Literasi digital pembelajaran pendidikan agama Islam pada MA Nurul Qur'an Bogor. *Edukasi: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, 21(2), 175–188. <https://doi.org/10.32729/edukasi.v21i2.1618>
- Norman, N., Efrita, E., & Megayanti, W. (2024). *Teori pembelajaran pendidikan agama Islam*. Publica Indonesia Utama.
- Prastowo, A. (2021). *Pembelajaran konstruktivistik-scientific untuk pendidikan agama*. Rajagrafindo Persada.
- SEO, K. (2023). *Statistik pengguna media sosial di Indonesia tahun 2019–2023*. Generate Press. <https://kaptenseo.com/statistik-pengguna-media-sosial-di-indonesia-tahun-2019-2023/>

Sumardianto, E. (2025). Dakwah kepada Gen Z: Tinjauan komponen manajemen dakwah. *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram*, 3(1), 67–84.
<https://doi.org/10.55372/tanzhim.v3i1.39>