PENGARUH DAKWAH DIGITAL HUSEIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP SIKAP MODERASI BERAGAMA MAHASISWA PENDIDIKAN AGAMA ISLAM (PAI) UII ANGKATAN 2022

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Untuk memenuhi salah satu syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Oleh:

Novi Fitriawati

22422100

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2026

PENGARUH DAKWAH DIGITAL HUSEIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP SIKAP MODERASI BERAGAMA MAHASISWA PENDIDIKAN AGAMA ISLAM (PAI) UII ANGKATAN 2022

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Untuk memenuhi salah satu syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Oleh:

Novi Fitriawati

22422100

Pembimbing:

Drs. Nanang Nuryanta M. Pd.

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2026

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Novi Fitriawati
NIM	: 22422100
Program Studi	: Pendidikan Agama Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Judul Penelitian	: Pengaruh Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok terhadap Sikap Moderasi Beragama Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) UII angkatan 2022

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan tidak ada hasil karya orang lain kecuali dalam penulisan dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka penulis bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini penulis buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 07 Agustus 2026

Yang Menyatakan



Novi Fitriawati

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fial@uii.ac.id
W. fial.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Pendidikan Agama Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Rabu
Tanggal	:	26 Agustus 2026
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok terhadap Sikap Moderasi Beragama Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) UII Angkatan 2022
Nama	:	NOVI FITRIAWATI
Nomor Mahasiswa	:	22422100

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Drs. Nanang Nuryanta, M.Pd (.....)

Penguji 1
Siti Afifah Adawiyah, S.Pd.I, M.Pd. (.....)

Penguji 2
Edi Safitri, S.Ag, MSI (.....)

Yogyakarta, 26 Agustus 2026
Fakultas Ilmu Agama Islam
Dekan

Dr. Drs. Asmuni, MA

NOTA DINAS

Yogyakarta, 07 Agustus 2026 M
28 Shafar 1448 H

Hal : **Skripsi**
Kepada : Yth. Ketua Program Studi Program
Studi Pendidikan Agama Islam
Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb

Berdasarkan penunjukan Ketua Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 549/Kaprodi/60/DAATI/FIAI/VI/2026 pada taggal : 07 Agustus 2026 M, 23 Shafar 1448 H. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama	: Novi Fitriawati
Nomor Pokok/NIMKO	: 22422100
Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia	
Jurusan Progran Studi	: Pendidikan Agama Islam
Tahun Akademik	: 2025/2026
Judul Skripsi	: Pengaruh Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok terhadap Sikap Moderasi Beragama Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) UII angkatan 2022

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudari tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqosah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Dosen Pembimbing

Drs. Nanang Nuryanta, M. Pd.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama	: Novi Fitriawati
NIM	: 22422100
Judul Skripsi	: Pengaruh Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok terhadap Sikap Moderasi Beragama Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) UII angkatan 2022

Menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukannya perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah pada program Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 07 Agustus 2026

Dosen Pembimbing

Drs. Nanang Nuryanta, M. Pd.

MOTTO

وَكَذٰلِكَ جَعَلْنٰكُمْ اُمَّةً وَّسَطًا لِّتَكُوْنُوْا شُهَدَاۤءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُوْنَ الرَّسُوْلُ عَلَيْكُمْ شَهِيْدًاۗ

"Demikian pula Kami telah menjadikan kamu (umat Islam) umat pertengahan agar kamu menajdi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Nabi Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu"

QS. Al-Baqarah: Ayat 143[1]

[1] Al-Baqarah: 143 dalam "Qur'an Kemenag," diakses 7 Agustus 2026, https://quran.kemenag.go.id/.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil 'alamin... Puji syukur yang tiada henti penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat, nikmat, pertolongan, dan kasih sayang-Nya. Atas izin-Nya, penulis diberikan kekuatan, Kesehatan, kesabaran, serta kemudahan sehingga dapat menyelesaikan karya sederhana ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Saw. suri teladan terbaik bagi seluruh umat manusia.

Dengan penuh rasa Syukur dan hormat, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

Ayah Burhanudin dan Mamah Enih Kaniawati,
Terima kasih atas segala kasih sayang, doa yang tidak pernah putus, pengorbanan, kerja keras, dukungan, dan kepercayaan yang selalu diberikan kepada kakak. Terima kasih telah menjadi tempat pulang terbaik, sumber kekuatan dalam setiap keadaan, serta senantiasa mengiringi setiap Langkah dengan doa dan harapan yang tulus. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan besarnya jasa dan cinta yang telah diberikan. Semoga Allah SWT. senantiasa melimpahkan Kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, da rahmat-Nya kepada ayah dan mamah.

Adik-adik Novi tersayang, Hasni, Syara, dan Hafidz
Terima kasih atas kehadiran, canda, semangat, dan kebahagiaan yang selalu kalian hadirkan untuk kakak. Semoga kalian tumbuh menjadi pribadi yang shaleh dan shalehah, berakhlak mulia, serta mampu meraih cita-cita dan Impian terbaik di masa depan.

Keluarga besar tercinta,
Terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, dan kasih sayang yang senantiasa diberikan kepada Novi. Kehangantan dan kebersamaan keluarga menajdi salah satu sumber semangat dalam menyelesaikan perjalanan pendidikan ini.

Sahabat dan teman-teman yang Novi sayangi,
Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Terima kasih atas dukungan, bantuan, canda, tawa, dan kebersamaan yang diberikan selama ini. Semoga Allah SWT. senantiasa melimpahkan kebaikan dan keberkahan kepada kita semua.

ABSTRAK

PENGARUH DAKWAH DIGITAL HUSEIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP SIKAP MODERASI BERAGAMA MAHASISWA PENDIDIKAN AGAMA ISLAM (PAI) UII ANGKATAN 2022

Oleh:
Novi Fitriawati

Media sosial Tiktok kini menjadi salah satu sarana utama penyebaran dakwah digital, salah satunya melalui akun Husein Basyaiban yang dikenal dengan gaya penyampaian ringan, komunikatif, dan dekat dengan realitas kehidupan generasi muda. Di tengah masyarakat Indonesia yang plural, isu moderasi beragama semakin relevan untuk dikaji, khususnya pada mahasiswa yang masih berada dalam fase pembentukan identitas keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur secara empiris pengaruh dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII angkatan 2022.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh serta besarnya pengaruh variabel bebas (dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok) terhadap variabel terikat (sikap moderasi beragama). Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa PAI UII angkatan 2022 dengan teknik purposive sampling, sehingga diperoleh 65 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana dengan bantuan *IBM Software SPSS Statistic versi 25 for Windows.*

Hasil penelitian menunjukan bahwa: (1) dakwah digital Husein Basyaiban berpengaruh terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa, ditunjukan oleh nilai signifikansi sebesar 0,014 (<0,05); (2). Dakwah digital tersebut hanya menjelaskan 9,1% variasi sikap moderasi beragama mahasiswa, sedangkan sisanya 90,9% dipengaruhi faktor lain seperti kepribadian, lingkungan keluarga, masyarakat, dan pendidikan.

Kata Kunci: dakwah digital, Tiktok, moderasi beragama

ABSTRACT

THE EFFECT OF HUSEIN BASYAIBAN'S DIGITAL DA'WAH ON THE SOCIAL MEDIA PLATFORM TIKTOK ON THE ATTITUDES TOWARD RELIGIOUS MODERATION AMONG ISLAMIC RELIGIOUS EDUCATION (PAI) STUDENTS AT THE UII, CLASS OF 2022

By:
Novi Fitriawati

The social media platform TikTok has now become one of the primary channels for spreading digital da'wah, notably through the account of Husein Basyaiban, who is known for his lighthearted, communicative style that resonates with the realities of young people's lives. Amid Indonesia's pluralistic society, the issue of religious moderation is increasingly relevant to examine, particularly among college students who are still in the process of forming their religious identities. This study aims to empirically measure the influence of Husein Basyaiban's digital da'wah on TikTok on the attitudes toward religious moderation among 2022-cohort PAI students at UII.

This study employs a quantitative research design with a causal-associative approach to determine the existence and magnitude of the influence of the independent variable (Husein Basyaiban's digital da'wah on TikTok) on the dependent variable (attitudes toward religious moderation). Primary data were collected through the distribution of questionnaires to the 2022 cohort of UII Islamic Education (PAI) students using purposive sampling, resulting in 65 respondents who met the study criteria. The collected data were then analyzed using simple linear regression with IBM SPSS Statistics version 25 for Windows.

The results of the study indicate that: (1) Husein Basyaiban's digital da'wah influences students' attitudes toward religious moderation, as indicated by a significance value of 0.014 (<0.05); (2) This digital da'wah explains only 9.1% of the variation in students' attitudes toward religious moderation, while the remaining 90.9% is influenced by other factors such as personality, family environment, society, and education.

Keywords: *digital da'wah, TikTok, religious moderation*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

الْسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالدِّينِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ.

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa penulis ucapkan shalawat serta salam kepada junjungan Nabi Agung Muhammad Saw. beserta keluarga dan para sahabat atas berkat syafa'at yang telah membawa cahaya kehidupan saat ini.

Skripsi ini bukan sekedar karya ilmiah melainkan jejak, proses, do'a, perjuangan, dan air mata yang turut menyertainya. Dalam setiap kata yang tersusun, ada banyak genggaman tangan yang menguatkan dan banyak hati yang mendoakan. Dengan penuh kerendahan hati, penulis menyampaikan kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU., ASEAN Eng. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Mir'atun Nur Arifah, S. Pd. I., M. Pd. I. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Agama Islam.

5. Ibu Siti Afifah Adawiyah, S. Pd. I., M. Pd. selaku Sekretaris Program Studi Pendidikan Agama Islam
6. Bapak Dr. Syaifulloh Yusuf, S. Pd. I., M. Pd. I. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberi motivasi dan dorongan untuk terus bertumbuh.
7. Bapak Drs. Nanang Nuryanta, M. Pd. selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan dukungan, bimbingan, semangat, masukan, dan juga saran selama proses penyusunan skripsi berlangsung hingga skripsi ini selesai.
8. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Pendidikan Agama Islam yang telah menanamkan ilmu, nilai, dan pengalaman berharga selama masa studi penulis.
9. Kepada kedua orang tua saya tercinta, Ayah Burhanudin dan Mamah Enih Kaniawati. Terima kasih atas kasih sayang yang tidak pernah berkurang, doa yang tidak pernah terputus, dan perjuangan yang tidak terhingga. Skripsi ini adalah bagian kecil dari rasa terima kasih yang tak akan pernah cukup untuk membalas segala jerih payah dan kasih sayang kedua orang tua penulis.
10. Kepada adik-adik tersayang, Hasni Rizqilah, Syara Mutiara Sabila, dan Muhammad Hafidz Nugraha, terima kasih telah menjadi penguat dan penghibur di tengah lelah ketika keadaan terasa berat.
11. Kepada kakak tersayang, Siti Nurjanah dan suami yang telah memberikan do'a, dukungan, perhatian, serta semangat kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan hinggan penyusunan skripsi ini.

12. Kepada keponakan tercinta, Hauna Hilma Adzkiyah, yang dengan tingkah laku, tawa, dan keceriaanya selalu menjadi penyemangat serta penghibur bagi penulis selama proses perkuliahan ini. Semoga tumbuh menjadi anak yang sehat, shalehah, dan selalu membawa kebahagiaan bagi keluarga.
13. Kepada Restu Wulan Ningsih dan Hilma Zurriyah Rabbaniyah yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis selama menjalani kehidupan di perantauan. Terima kasih atas segala dukungan, kebersamaan, serta kesediaannya mendengarkan setiap keluh kesah penulis. Terima kasih telah berbagi suka dan duka, serta menjadi saksi perjalanan dan perjuangan penulis. Segala kebaikan dan jasa yang telah diberikan akan selalu penulis kenang.
14. Kepada teman-teman yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih banyak atas tawa yang menghapus penat, diskusi panjang yang menguatkan pikiran, serta kebersamaan yang menjadi masa perkuliahan lebih bermakna. Kalian bukan hanya teman seperjuangan, tapi bagian dari cerita yang akan selalu dikenang sepanjang masa.
15. Kepada seluruh keluarga penulis yang senantiasa mengiringi perjalanan ini dengan doa dan dukungan, serta selalu menjadi rumah bagi penulis.
16. Kepada seluruh responden penelitian terimakasih telah meluangkan waktu untuk membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini.
17. Kepada seluruh teman seperjuangan Program Studi Pendidikan Agama Islam Angakatan 2022, terimakasih atas segala dukungan, semangat, dan kebersamaan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

18. Terakhir, untuk diri sendiri, Novi Fitriawati. Terima kasih telah bertahan dan berjuang sejauh ini. Terima kasih selalu tetap berjuang meskipun tidak selalu mudah, tetap berusaha tersenyum di tengah banyak hal yang harus dihadapi, dan tetap percaya bahwa setiap kesulitan akan menemukan kemudahan. Skripsi ini menjadi salah satu bukti bahwa setiap luka, tangis, dan perjuangan yang pernah dilalui tidak pernah sia-sia. Hari ini, kamu telah sampai pada salah satu tujuan yang dahulu hanya menjadi doa. Berbanggalah pada dirimu sendiri, karena kamu telah melakukan yang terbaik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karen itu, karitik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan para pembaca.

Yogyakarta, 06 Agustus 2026

Penulis



Novi Fitriawati

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR **1**
SAMPUL DALAM ..... **ii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
NOTA DINAS ..... **v**
REKOMENDASI PEMBIMBING ..... **vi**
MOTTO ..... **vii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **viii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
KATA PENGANTAR ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xv**
DAFTAR TABEL ..... **xvii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xviii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 10
D. Sistematika Pembahasan 11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI **13**
A. Kajian Pustaka 13
B. Landasan Teori 25
1. Kajian Teori 25
a. Dakwah Digital 25
b. Media Sosial Tiktok 35
c. Teori Sikap 44
d. Moderasi Beragama 50
e. Teori SOR (Stimulus-Organism-Response Theory) 60
2. Kerangka Berikir 63
3. Hipotesis Penelitian 64

BAB III METODE PENELITIAN 66
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan 66
B. Subjek dan Objek Penelitian 67
C. Tempat atau Lokasi Penelitian 67
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 67
E. Populasi dan Sampel Penelitian 71
F. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data 73
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 78
H. Uji Asumsi (Uji Normalitas, Uji Linearitas, dan Uji Heteroskedastisitas) 81
I. Teknik Analisis Data 83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 85
A. Deskripsi Lokasi Penelitian 85
B. Tahap Pelaksanaan 87
C. Hasil Penelitian 93
D. Pembahasan 100
BAB V PENUTUP 111
A. Kesimpulan 111
B. Saran 111
DAFTAR PUSTAKA 115
LAMPIRAN 120

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert 75
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian Variabel X 75
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian Variabel Y 76

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variable X 89
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y 90
Tabel 4. 3 Kriteria Penilaian Reliabilitas 91
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas 92
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas 94
Tabel 4. 6 Hasil Uji Linearitas 95
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas 96
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 97
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 98
Tabel 4. 10 Coefficients 99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah dapat diartikan mengajak, meyeru, memanggil dengan lisan ataupun dengan tingkah laku atau dengan perbuatan nyata. Dakwah juga bisa diartikan dengan proses penyampaian ajaran agama Islam dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu ataupun kelompok. Dakwah adalah kegiatan yang bersifat menyeru atau mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan sesuai syariat Islam.[2] Penyampaian dakwah dapat berupa perintah atau ajakan untuk melakukan kebaikan dan senantiasa untuk menjauhi perbuatan yang dilarang oleh Allah dan rasul-Nya. Dakwah dilakukan secara sadar dengan tujuan yang baik yakni untuk membentuk manusia menjadi pribadi yang ta'at dan juga mampu menjalankan kewajiban nya sebagai hamba Allah agar terbentuk individu yang harmonis, bahagia dunia akhirat.

Pada zaman Rasulullah SAW dakwah dilakukan secara sembunyi-sembunyi dan banyak sekali rintangan yang harus ditempuh. Seiring berjalannya waktu dakwah bisa dilakukan secara terang terangan dan hingga sampai saat ini. Di zaman yang serba modern ini penyampaian dakwah bisa dilakukan dengan berbagai macam cara salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial.

[2] Dr. Syamsuddin AB., *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Pertama (KENCANA, 2016).

Media sosial adalah platform yang menekankan keberadaan pengguna dengan menyediakan fasilitas untuk berbagai aktivitas dan kolaborasi. Sebuah survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukan bahwa ada sekitar 215,63 juta pengguna media sosial di seluruh Indonesia.[3] Dalam tiga tahun terakhir pada tahun 2021, kepemilikan media sosial bisa dikategorikan kedalam tiga kelompok, yaitu kepemilikan tinggi, sedang, dan rendah. Pengguna yang memakai platform tiktok berada pada kepemilikan sedang, yaitu sekitar 60% pengguna[4] Jumlah pengguna yang memiliki akun tiktok naik hampir dua kali lipat sejak tahun 2021. Durasi penggunaan akun media sosial umumnya berada dalam rentang waktu 2 – 5 jam per hari. Media sosial dengan intensitas penggunaan tertinggi adalah whatsapp dan tiktok dengan intensitas waktu lebih dari 5 jam per hari.

41,9% orang di Indonesia menggunakan media sosial untuk membantu mereka dalam berkomunikasi dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Pada era pascapandemi COVID-19, terjadi perubahan signifikan dalam pemanfaatan media digital. Berbagai platform media sosial, seperti Instagram dan TikTok, tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga berkembang menjadi wadah untuk memperoleh penghasilan. Salah satu bentuknya adalah melalui program afiliasi

[3] "Survei APJII," https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang#goog_rewarded, *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*, 2023.

[4] Samuel Abrijani Pangerapan, *Status Literasi Digital di Indonesia 2023* (Katadata Insight Center, 2023).

(affiliate), di mana pengguna dapat mempromosikan produk atau konten tertentu dan memperoleh keuntungan finansial. Selain itu, penyebaran berbagai informasi, termasuk konten kajian keagamaan.

Media sosial juga berfungsi sebagai alat untuk berbagi berbagai macam informasi, baik itu dalam bentuk tulisan, gambar, audio, maupun video. Hal ini membuat beberapa platform media sosial menjadi tujuan utama dalam mencari hiburan, sumber informasi, dan juga sebagai wadah untuk mengekspresikan diri. Salah satu karakteristik media sosial yang marak digunakan oleh masyakarakat adalah sebagai media informasi. Dalam proses penyebaran informasi, media sosial mampu menyebarkan informasi tanpa batas waktu dan lokasi dan dalam kurun waktu yang sangat cepat. Salah satu media sosial yang marak digunakan oleh seluruh manusia di muka bumi ini adalah Tiktok dan Instagram.

Tiktok adalah platform yang populer di era saat ini. Tiktok merupakan sebuah platform untuk berbagi video singkat, dengan rata-rata durasi sekitar 15 sampai 60 detik yang sangat mudah digunakan dan sangat unik dengan fasilitas fiturnya yang mempermudah siapa saja untuk membuat video singkat yang menarik.[5] Fitur pada tiktok juga menjadi USP (*unique selling point*) dimana dengan fasilitas fiturnya yang sudah cukup lengkap dapat mempermudah *audience* mengakses apa saja yang diinginkan termasuk mencari konten dakwah.

[5] Sakinah Asrat, *Daya Tarik Fitur Aplikasi Tiktok dalam Memediasi Informasi Kesehatan di Era Pandemi*, (Bandung), 2022.

Pada awal kemunculannya, orang-orang hanya menggunakan aplikasi ini untuk berbagi video hiburan seperti berjoget ria, memberikan suka dan komentar antar pengguna. Hal tersebut membuat citra tiktok dinilai sebagai aplikasi yang kurang bermanfaat. Seiring dengan perkembangan platform tiktok, kini konten atau video yang ada pada platform tiktok semakin bervariasi. Mulai dari konten edukasi, hiburan, hingga dakwah.

Seiring berjalannya waktu, semakin banyak konten kreator yang membahas tentang dakwah Islam di media sosial salah satunya adalah Husein Basyaiban. Pria kelahiran 2002 yang kerap disapa Husein atau Kadam Sidik ini mulai melakukan dakwah di aplikasi Tiktok pada tahun 2018. Akun Tiktok Husein Basyaiban @kadamsidik00 telah diikuti 6,3 juta pengguna Tiktok. Beliau dikenal karena ide idenya yang visioner, dinamis, dan juga cara penyampaian nya yang santai, komunikatif, dan dekat dengan realitas kehidupan anak muda terlebih generasi Z. Generasi Z atau GenZ adalah orang-orang dengan kelahiran pada tahun 1997 – 2012. Dengan begitu konten Husein Basyaiban banyak menginspirasi kaum pemuda pemudi untuk memahami agama dengan lebih baik.

Akun Kadam Sidik tidak hanya menyajikan konten-konten dakwah semata, tetapi juga diperkaya dengan berbagai konten yang menggambarkan aspek kehidupan sehari-hari. Variasi konten ini memberikan nuansa yang lebih dinamis dan humanis, sehingga mampu menjaga ketertarikan audiens serta mengurangi potensi kejenuhan dalam mengonsumsi konten dakwah yang disampaikan. Selain itu, penyajian yang

beragam tersebut juga dapat memperkuat kedekatan emosional antara kreator dan pengikutnya.

Konten dakwah yang disajikan oleh Husein Basyaiban tidak hanya berisi ajaran keagamaan, tetapi juga mengangkat isu-isu aktual seperti toleransi, keberagaman, dan kehidupan sosial.[6] Konten yang disajikan di tiktok atau instagram memiliki pengaruh yang tidak disadari terhadap perilaku dan emosi penonton, sehingga membantu membentuk pola pikir mereka secara tidak langsung.

Topik pembahasan dan informasi yang dibahas dalam media di Indonesia juga sengatlah beragam yang menjadikan perlunya pengetahuan terkait digital literasi, salah satu topik yang menjadi pembahasan dalam media sosial yaitu topik mengenai dakwah. Meningkatnya tingkat kesadaran mengenai pentingnya moderasi beragama, serta banyaknya fenomena yang terjadi yang berkaitan dengan sikap toleransi menjadikan topik tersebut semakin ramai dan marak dibicarakan di segala platform media sosial. Realitas masyarakat Indonesia yang bersifat plural dan multikultural menjadi anugerah sekaligus tantangan dalam upaya menajga stabilitas sosial, politik, dan keagamaan. Sebagai negara yang dihuni oleh beragama macam suku, agama, dan budaya, Indonesia memiliki peluang besar untuk membangun keharmonisan, namun di sisi lain juga menyimpan kerentanan terhadap konflik yang bersumber dari perbedaan identitas. Oleh karena itu moderasi beragama hadir sebagai konsep yang sangat penting

[6] Husein Basyaiban, *Video Pendek Tiktok Husein Basyaiban* (Tiktok, t.t.).

untuk mencegah timbulnya sikap intoleran, paham radikal, bahkan tindak kekerasan yang mengatasnamakan agama. Sebagai agama yang dianut oleh mayoritas masyarakat Indonesia, Islam menjadikan sikap moderat atau *wasathiyah* sebagai prinsip fundamental dalam ajaranya. Dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 143[7] menegaskan bahwa umat Islam disebut sebagai "*ummatan wasathan*", yakni umat yang berlaku adil, seimbang, dan menjadi saksi atas seluruh umat manusia. Konsep ini menegaskan bahwa Islam menolak segala bentuk ekstrimisme, baik dalam keyakinan maupun tindakan.

Moderasi beragama sendiri merupakan sikap dan cara pandang dalam beragama yang tidak ekstrim, baik terlalu liberal maupun terlalu radikal. Dalam konteks Indonesia yang majemuk, moderasi beragama menjadi nilai yang sangat penting untuk dijaga demi terciptanya kerukunan dan persatuan bangsa. Namun, di tengah derasnya arus informasi digital, tidak semua konten keagamaan yang beredar di media sosial mendukung nilai-nilai moderasi tersebut. Sebagian konten justru berpotensi mendorong sikap eksklusif, intoleran, bahkan memperkeruh relasi antarumat beragama.

Di sinilah peran konten dakwah yang moderat, kontekstual, dan relevan menjadi sangat krusial. Konten dakwah Husein Basyaiban yang dikenal ringan, membumi, dan selalu berkaitan dengan permasalahan anak muda, dinilai memiliki potensi besar dalam membentuk sikap moderasi

[7] "Qur'an Kemenag."

beragama, khususnya di kalangan mahasiswa yang sedang dalam fase pembentukan identitas dan keagamaan mereka.

Pesan-pesan dakwah yang disampaikan Husein Basyaiban mampu diterima dengan baik oleh audiens yang sangat beragam. Hal tersebut menunjukan adanya strategi komunikasi dakwah yang mampu menyesuiakna diri dengan keberagaman budaya audiens diruang digital. Dengan demikian, pendakwah tidak semata-mata berperan sebagai penyampai ajaran agama, melainkan juga sebagai komunikator antarbudaya yang dituntut untuk peka terhadap nilai, norma, serta pola pikir audiens yang beragam.[8]

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan peneliti semasa perkuliahan, terkhusus di kelas mata kuliah Fiqh Kontemporer. Peneliti mendapati kesan bahwa sebagian mahasiswa masih belum sepenuhnya menerapkan sikap moderasi beragama dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, masih ditemukan perbedaan pandangan dalam menyikapi keberagaman agama, termasuk dalam merespons tradisi dan perayaan yang berkaitan dengan kelompok agama lain. Tidak hanya itu, mahasiswa juga berasal dari berbagai daerah, suku, dan latar belakang budaya yang memiliki kebiasaan, nilai, serta tradisi yang berbeda-beda.[9] Keberagaman tersebut berpotensi menimbulkan perbedaan cara pandang dalam kehidupan sosial apabila tidak disertai dengan sikap saling menghormati dan menghargai. Kondisi ini

[8] Evi Barokah dan Nikmah Suryandari, "Strategi Komunikasi Dakwah Husein Basyaiban di Media Sosial: Studi Kasus Penyampaian Ceramah Kepada Audiens Lintas Budaya," *Jurnal Media Akademik (JMA)* Vol. 3, No. 6 (2025).

[9] Pengamatan di Kelas pada Waktu Pembelajaran Fiqh Kontemporer

menunjukkan bahwa pemahaman mengenai moderasi beragama masih perlu diperkuat agar mahasiswa mampu menyikapi perbedaan agama, budaya, dan suku secara bijaksana, serta menjaga keharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat.

Sejalan dengan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji akun Husein Basyaiban karena konten-konten yang disajikan dinilai relevan dan berpotensi mendukung pembentukan sikap moderasi beragama, khususnya dikalangan mahasiswa. Konten yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga dikemas secara kontekstual sehingga mudah dipahami dan mampu menjangkau berbagai latar belakang responden.

Mahasiswa sebagai kalangan terdidik memiliki peran penting dalam menyikapi berbagai konten keagamaan yang beredar, termasuk dalam hal moderasi beragama. Sikap moderasi beragama penting dimiliki agar mahasiswa bisa lebih terbuka, saling menghargai, dan tidak mudah terpengaruh pada pandangan yang terlalu berlebihan dan kurangnya rasa menghargai perbedaan. Namun, banyaknya konten dakwah di media sosial dengan berbagai sudut pandang tertentu bisa memberi pengaruh yang berbeda-beda terhadap pemikiran mahasiswa. Karena itu, kehadiran konten dakwah dari Husein Basyaiban yang dikenal dengan penyampaian yang ringan dan relevan juga konten Husein Basyaiban selalu bersangkutan dengan permasalahan anak muda saat ini. Dengan demikian, belum banyak kajian empiris yang secara khusus mengukur seberapa besar pengaruh konten dakwah di TikTok khususnya akun Husein Basyaiban terhadap

pembentukan sikap moderasi beragama mahasiswa secara terukur dan berbasis data.

Hal tersebut menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut dan mendalam. Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa PAI UII angkatan 2022 sebagai subjek penelitian, mengingat mereka memiliki latar belakang keilmuan agama sekaligus aktif sebagai pengguna media sosial yang aktif. Pemilihan satu angkata tertentu juga didasarkan pada pertimbangan akademik, yaitu untuk menjaga homogenitas sampel agar hasil pengaruh yang terukur benar-benar berasal dari varibel konten dakwah Tiktok, bukan bias dan perbedaan tingkat akademik atau pengalaman antar Angkatan. Selain itu, mahasiswa Angkatan 2022 merepresentasikan kelompok generasi Z yang aktif menggunakan Tiktok, sehingga relevan dengan fokus penelitian ini. Pertimbangan keterjangkauan populasi juga menjadi faktor pendukung, dimana peneliti memiliki akses yang lebih mudah terhadap Angkatan tersebut sehingga proses pengumpulan data dapat dilakukan lebih efektif dan juga efisien.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah konten dakwah Husein Basyaiban di media sosial tiktok berpengaruh terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII angkatan 2022?
2. Seberapa besar pengaruh hubungan antara konten dakwah Husein Basyaiban di media sosial tiktok dengan sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII angkatan 2022?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh antara konten dakwah Husein Basyaiban di media sosial tiktok dengan sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII angkatan 2022.

b. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh hubungan paparan konten dakwah Husein Basyaiban di media sosial tiktok dengan sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII angkatan 2022.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur khususnya pada program studi Pendidikan Agama Islam dalam mengelaborasi dakwah sekaligus sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan media sosial sebagai dakwah. Mengingat tingginya angka penggunaan media sosial saat ini yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk menjadi lebih menghargai waktu dan juga dapat memilah konten yang mana yang baik dikonsumsi dan juga sebagai wadah untuk terus belajar ilmu agama Islam.

b. Secara Praktis

1) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam memahami dan menyikapi konten dakwah di media sosial,

khususnya konten Husein Basyaiban, sehingga mampu membentuk sikap moderasi beragama lebih bijak.

2) Bagi Pendidik

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam merancang strategi pembelajaran atau pembinaan karakter terhadap perkembangan media digital, terutama pada platform tiktok

D. Sistematika Pembahasan

Penelitian inu memiliki struktur sistematika pembahasan yang pastinya agar jelas dan terarah menyeluruh, maka dapat dipercikan dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

1. BAB I: Pendahuluan

   Pada BAB I berisi pemaparan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan.

2. BAB II: Kajian Pustaka dan Landasan Teori

   Kemudian pada BAB II berisikan kajian pustaka dan landasan teori. Secara umum, landasan teori memaparkan kumpulan teori yang dapat dijadikan pendukung ataupun landasan berpikir dalam penelitian, beberapa hal berupa konsep beserta definisi dan juga referensi akan digunakan pada literature ilmiah yang memiliki relevansi dengan topik penelotian. Sedangkan landasan teori berisi teori-teori dan hasil penelitian yang berasal dari studi kepustakaan yang berkaitan dengan rumusan masalah sehingga menjadi landasan yang kuat dalam

penelitian. Sementara dalam kajian pustaka akan dipaparkan referensi yang digunakan dalam penelitian berdasarkan kajian-kajian terdahulu dengan tema yang berkaitan seperti pada jurnal, skrispi, disertasi, artikel, dan lain sebaginya.

3. BAB III: Metode Penelitian

   Pada BAB III berisi pemapran jenis dan pendekatan penelitian, desain penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data, keabsahan data, teknik analisis data yang akan penulis gunakan selama penelitian berlangsung,

4. BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

   Inti dari penelitian terdapat pada bab ini. Pada bab ini membahas tentang penyampaian dan penjabaran data dari hasil penelitian skripsi. Bagian ini menjadi inti terpenting dalam penelitian skripsi, karena puncak utama daripada penelitian skripsi terdapat dalam bagian ini.

5. BAB V: Penutup

   Akhir dari penelitian ini ditutup dengan penyampaian kesimpulan. Pada bagian ini merupakan pemaparan hasil akhir penelitian skripsi, sejenis dengan short story telling yang merupakan intisari dari serangkaian pembahasan penelitian skripsi tersebut

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah ringkasan tertulis mengenai artikel dari jurnal, buku, dan dokumen lain yang mendeskripsikan teori serta informasi baik masa lalu maupun saat ini, dengan tujuan untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, dan juga menghubungkan topik dan dokumen yang dibutuhkan untuk proposal penelitian.[10] Kajian pustaka bertujuan untuk memberikan landasan teori yang kuat, memperjelas konsep penelitian, serta membantu memahami dan menganalisis permasalahan yang diteliti secara ilmiah. Berdasarkan topik penelitian ini, berikut beberapa kajian pustaka yang didasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan.

1. Jurnal yang ditulis oleh Abdillah Rakinten dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dengan judul *"Pengaruh Motif Menonton Konten Husain Basyaiban pada Media TikTok terhadap Kepuasan Khalayak"* membahas mengenai hubungan antara motif individu dalam mengkonsumsi konten dakwah di TikTok dengan tingkat kepuasan yang diperoleh penonton. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 200 responden dan dianalisis

[10] Widiarsa, *Kajian Pustaka (Literature Review) Sebagai Layanan Intim Pustakawan Berdasarkan Kepakaran dan Minat Pemustaka*, Vol. 28, No. 1 (2019).

menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara motif menonton konten dakwah Husain Basyaiban terhadap kepuasan khalayak. Indikator motif identitas pribadi menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan penonton.[11]

Penelitian ini menjadi referensi yang relevan bagi peneliti karena memiliki kesamaan pada variabel penelitian yaitu media sosial, khususnya penggunaan platform TikTok serta objek kajian berupa konten dakwah Husain Basyaiban. Namun, terdapat perbedaan pada fokus penelitian, di mana penelitian Abdillah Rakinten lebih menekankan pada hubungan antara motif menonton dan kepuasan khalayak, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada pengaruh terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII Angkatan 2022.

2. Jurnal yang ditulis oleh Salsabila Thifal, Dewi Anggrayni, dan Salati Asmahasanah dengan judul *"Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram Husain Basyaiban @basyasman"* membahas tentang isi pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial Instagram, khususnya pada akun milik Husain Basyaiban. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi untuk mengkaji pesan dakwah berdasarkan rukun iman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang disampaikan didominasi oleh pesan

[11] Abdillah Rakinten, *Pengaruh Motif Menonton Konten Husein pada Media Tiktok Terhadap Kepuasan Khalayak*, Vol. 06 No. 01 (2024).

dakwah akidah, seperti iman kepada Allah dan Rasul, yang berisi ajakan untuk menaati perintah Allah serta menumbuhkan kecintaan kepada Allah dan Rasul-Nya.[12]

Penelitian ini menjadi inspirasi bagi peneliti karena memiliki kesamaan pada variabel yaitu konten dakwah Husain Basyaiban. Perbedaan penelitian terletak pada fokus kajian, di mana penelitian Salsabila Thifal dkk. lebih menitikberatkan pada analisis isi pesan dakwah yang disampaikan melalui Instagram, sedangkan penelitian ini secara khusus mengkaji pengaruh konten Husein Basyaiban di media sosial terhadap aspek moderasi beragama mahasiswa PAI UII angkatan 2022.

3. Jurnal yang ditulis oleh Unik Hanifah Salsabila, Ahmad Paisol Putra, Riyanih, Mirna Fadila Safitri, dan Dewi Roro Nur dengan judul *"Analisis Konten Nilai-Nilai PAI Pada Akun Tiktok Husain Basyaiban"* membahas mengenai pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media edukasi dan dakwah Islam, khususnya dalam menyampaikan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (PAI). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi terhadap konten yang diunggah pada akun TikTok Husain Basyaiban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang disampaikan mengandung nilai-nilai PAI seperti akidah, ibadah, dan akhlak, serta mendapatkan respon positif dari masyarakat karena penyampaiannya yang sederhana, menarik, dan

[12] Salsabila Thifal dkk., *Analisis ISi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram Husein Basyaiban @Basyaman*, Vol. 2 No. 3 (2023).

mudah dipahami. Selain itu, konten TikTok juga dinilai efektif sebagai media pembelajaran karena bersifat singkat dan sesuai dengan karakteristik generasi muda saat ini.[13]

Penelitian ini menjadi inspirasi bagi peneliti karena memiliki kesamaan pada kajian konten TikTok Husain Basyaiban. Perbedaan penelitian terletak pada fokus kajian, di mana penelitian Unik Hanifah Salsabila dkk. lebih menitikberatkan pada analisis isi dan nilai-nilai PAI dalam konten dakwah, sedangkan penelitian ini secara khusus mengkaji pengaruh dakwah Husein Basyaiban pada video pendek TikTok dan Instagram terhadap pola pikir atau moderasi beragama.

4. Jurnal yang ditulis oleh Erwan Effendy, Ravika Putri Irawan, Nurhasanah Pasaribu, dan Syafruddin Al Hafiz dengan judul *"Analisis Metode Dakwah Husain Basyaiban di Media Sosial"* membahas tentang metode dakwah yang digunakan oleh Husain Basyaiban dalam menyampaikan pesan keagamaan melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, di mana data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap konten yang diunggah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Husain Basyaiban menggunakan tiga metode dakwah utama, yaitu Al-Hikmah (bijaksana), Mau'idzotul Hasanah (nasihat yang baik), dan Mujadalah (diskusi atau dialog), serta

[13] Unik Hanifah Salsabila dkk., *Analisis Konten Nilai-NIlai PAI Pada Akun Tiktok Husein Basyaiban*, Vol. 2 No. 1 (2024), https://doi.org/https:/HYPERLINK%20%20%22C:%5C%5Cdoi.org%5C%5C10.61132%5C%5Cjbpai.v2i1.57%22/doi.org/10.61132/jbpai.v2i1.76.

menyampaikan pesan dengan bahasa yang sederhana, argumentatif, dan mudah dipahami sehingga berpengaruh terhadap pemahaman audiens.[14] Penelitian ini menjadi inspirasi bagi peneliti karena memiliki kesamaan pada variabel media sosial dan objek kajian berupa konten dakwah Husain Basyaiban.

5. Jurnal yang ditulis oleh Evi Barokah dan Nikmah Suryandari dengan judul *"Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban di Media Sosial: Studi Kasus Penyampaian Ceramah kepada Audiens Lintas Budaya"* membahas mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh Husain Basyaiban dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial kepada audiens yang beragam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui analisis konten ceramah pada platform seperti YouTube dan Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan bersifat interaktif, kontekstual, dan emosional, dengan memanfaatkan storytelling, bahasa yang ringan, serta pendekatan yang inklusif. Selain itu, konten dakwah juga memuat nilai-nilai seperti toleransi, perdamaian, dan kebangsaan sehingga mampu diterima oleh audiens lintas budaya.[15]

   Penelitian ini menjadi inspirasi bagi peneliti karena memiliki kesamaan yakni membahas konten dakwah Husain Basyaiban di media sosial.

[14] Erwan Effendy dkk., *Analisis Metode Dakwah Husein Basyaiban di Media Sosial*, Vol. 4 No. 3 (2024).

[15] Evi Barokah dan Nikmah Suryandari, "Strategi Komunikasi Dakwah Husein Basyaiban di Media Sosial: Studi Kasus Penyampaian Ceramah Kepada Audiens Lintas Budaya."

Perbedaan penelitian terletak pada fokus kajian, penelitian Evi Barokah dan Nikmah Suryandari lebih fokus ke cara atau strategi penyampaian dakwahnya, sedangkan penelitian ini lebih melihat dampaknya ke mahasiswa, khususnya bagaimana konten tersebut bisa mempengaruhi sikap mereka dalam memahami dan menerapkan sikap moderasi beragama.

6. Jurnal yang ditulis oleh Mildah dan Khairuddin dengan judul "Dakwah TikTok: Eksplorasi Perubahan Sikap Religiusitas Gen Z Melalui Konten Husain Basyaiban" menjelaskan bahwa konten dakwah yang disampaikan Husain Basyaiban melalui media sosial TikTok memberikan pengaruh positif terhadap perubahan sikap religiusitas Generasi Z. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa materi dakwah yang dikemas dengan bahasa yang sederhana, relevan dengan kehidupan sehari-hari, serta mudah dipahami mampu meningkatkan pemahaman keagamaan, kesadaran spiritual, dan mendorong audiens untuk mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.[16] Penelitian tersebut menjadi salah satu rujukan penting bagi peneliti karena memiliki kesamaan dalam mengkaji dakwah digital Husain Basyaiban di platform TikTok sebagai media penyampaian pesan keagamaan. Selain itu, kedua penelitian sama-sama menyoroti adanya pengaruh konten dakwah terhadap perubahan sikap audiens. Namun

[16] Mildah dan Khairuddin, *Dakwah Tiktok: Eksplorasi Perubahan Sikap Religiusitas Gen Z Melalui Konten Husein Basyaiban*, Vol. 18, No. 2 (2024).

demikian, terdapat perbedaan yang cukup mendasar. Penelitian Mildah dan Khairuddin lebih berfokus pada sikap religiusitas Generasi Z dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara, penyebaran kuesioner, dan kajian literatur. Adapun penelitian yang penulis lakukan mengarahkan fokus pada sikap moderasi beragama dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaan lainnya terletak pada subjek penelitian, di mana penelitian terdahulu melibatkan responden Generasi Z dari beberapa perguruan tinggi, sedangkan penelitian ini secara khusus mengambil responden mahasiswa PAI sehingga hasil yang diperoleh diharapkan mampu menggambarkan pengaruh dakwah digital terhadap penguatan nilai-nilai moderasi beragama di lingkungan akademik.

7. Jurnal yang ditulis oleh Agus Akhmadi yang berjudul *"Moderasi Beragama dalam Keragaman Indonesia"* membahas mengenai pentingnya sikap moderasi beragama dalam kehidupan masyarakat Indonesia yang multikultural. Penelitian ini menjelaskan bahwa moderasi beragama diwujudkan melalui sikap toleransi, menghargai perbedaan, serta tidak memaksakan kehendak kepada pihak lain. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti peran penyuluh agama dalam menumbuhkan sikap moderat di tengah masyarakat yang beragam.[17]

[17] Agus Akhmadi, *Moderasi Beragama dalam Keragaman Indonesia*, Vol. 13 No. 2 (2019).

Penelitian tersebut menjadi salah satu referensi bagi peneliti karena memiliki keterkaitan pada pembahasan mengenai sikap moderasi beragama. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus kajian dan objek penelitiannya. Penelitian terdahulu lebih menitik beratkan pada konsep moderasi beragama dalam masyarakat multikultural melalui pendekatan studi pustaka, sedangkan penelitian ini berfokus pada pengaruh paparan konten dakwah Husein Basyaiban di media sosial TikTok terhadap pembentukan sikap moderasi beragama pada mahasiswa PAI UII ankatan 2022 dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

8. Jurnal yang ditulis oleh Mochammad Nginwanun Likullil Mahamid yang berjudul *"Moderasi Beragama: Pandangan Lukman Hakim Saifuddin terhadap Kehidupan Beragama di Indonesia"* membahas mengenai pentingnya moderasi beragama sebagai cara pandang dalam menjalankan kehidupan beragama secara seimbang, tidak ekstrem, serta menghargai perbedaan di tengah masyarakat multikultural Indonesia. Penelitian ini menjelaskan bahwa moderasi beragama dapat menjadi solusi dalam menciptakan kehidupan yang damai dan harmonis antarumat beragama. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti peran media sosial dan perkembangan teknologi digital dalam menyebarkan

nilai-nilai moderasi beragama kepada generasi muda melalui berbagai konten keagamaan yang moderat.[18]

Penelitian ini menjadi referensi bagi peneliti karena memiliki keterkaitan pada pembahasan mengenai moderasi beragama di era digital. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus kajian, objek penelitian, serta metode yang digunakan. Penelitian terdahulu lebih menekankan pada kajian konseptual mengenai pandangan Lukman Hakim Saifuddin terkait moderasi beragama dalam kehidupan masyarakat Indonesia dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sementara itu, penelitian ini lebih diarahkan untuk melihat sejauh mana paparan konten dakwah Husein Basyaiban di media sosial TikTok dapat mempengaruhi sikap moderasi beragama mahasiswa PAI melalui pendekatan kuantitatif.

9. Jurnal yang ditulis oleh Susilo Heri Pratama dan Fathurrohman Husen yang berjudul "Habib Husein Ja'far dan Dakwah Online: Literasi Moderasi Beragama di Era Digital" menemukan bahwa Habib Husein Ja'far berhasil menyebarkan pesan moderasi dan toleransi beragama secara efektif melalui platform digital dengan menekankan kebebasan beragama, pentingnya pengetahuan mendalam untuk menghindari konflik antaragama, serta nilai-nilai universal seperti kesederhanaan, kebaikan, dan cinta kasih yang melampaui batas-batas agama.[19]

[18] Mochammad Nginwanun Likullil Mahamid, "Moderasi Beragama: Pandangan Lukman Hakim Saifuddin terhadap Kehidupan Beragama di Indonesia," *Islamika* Vol. 23, No. 1 (2023).

[19] Susilo Heri Pratama dan Fathurrohman Husen, *Habib Husein Ja'far dan Dakwah Online: Literasi Moderasi Beragama di Era Digital*, Vol. 6, No. 2 (Juli 2024).

Penelitian ini menjadi inspirasi bagi peneliti karena memiliki kesamaan pada fokus kajian, yaitu dakwah digital sebagai media penyebaran nilai-nilai moderasi beragama kepada generasi muda melalui platform media sosial. Meskipun demikian, terdapat sejumlah perbedaan yang cukup signifikan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini. Penelitian Susilo Heri Pratama dan Fathurrohman Husen menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis konten, berfokus pada konten dakwah Habib Husein Ja'far di platform YouTube dan Instagram, serta menitikberatkan pada aspek literasi digital dalam penyebaran pesan moderasi beragama. Sementara itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur seberapa besar pengaruh dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial TikTok terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII angkatan 2022 berbasis data.

10. Jurnal yang ditulis oleh Ifa Afida, Nur Wahidah, dan Yovita Dyah Permatasari yang berjudul *"Penguatan Moderasi Beragama dalam Kurikulum PAI: Studi Literatur terhadap Tantangan dan Peluang di Era Digital"* membahas mengenai pentingnya penguatan moderasi beragama dalam Pendidikan Agama Islam di tengah perkembangan era digital. Penelitian ini menemukan bahwa media digital dan media sosial memiliki peluang besar dalam menyampaikan nilai-nilai moderasi beragama secara kreatif dan menarik, namun juga memiliki tantangan berupa penyebaran paham ekstrem dan rendahnya literasi digital. Selain

itu, penelitian ini menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi sarana edukasi untuk menanamkan sikap toleransi, anti kekerasan, dan penghargaan terhadap perbedaan. Penelitian tersebut menjadi referensi bagi peneliti karena memiliki keterkaitan pada pembahasan moderasi beragama di era digital dan penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan.[20]

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus penelitian, subjek penelitian, dan metode yang digunakan. Penelitian terdahulu lebih berfokus pada penguatan moderasi beragama melalui kurikulum PAI serta tantangan dan peluangnya di era digital dengan menggunakan pendekatan kualitatif studi pustaka. Sementara itu, penelitian ini lebih menitikberatkan pada pengaruh intensitas paparan konten dakwah Husein Basyaiban di media sosial TikTok terhadap pembentukan sikap moderasi beragama mahasiswa PAI melalui pendekatan kuantitatif.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, dapat dipetakan tiga kelompok kajian yang saling berkaitan namun belum ada yang membahasnya secara terpadu. Kelompok pertama berfokus pada konten dakwah Husain Basyaiban itu sendiri, baik dari segi motif menonton, isi pesan, nilai-nilai PAI, metode, maupun strategi komunikasinya, namun kajian-kajian ini berhenti pada level analisis konten atau kepuasan khalayak

[20] Ifa Afida dkk., *Penguatan Moderasi Beragama dalam Kurikulum PAI : Studi Literatur terhadap Tantangan dan Peluang di Era Digital*, Vol. 2, No. 1 (2025).

secara umum, belum menyentuh pengaruhnya terhadap pembentukan sikap keberagamaan tertentu seperti moderasi beragama. Kelompok kedua membahas konsep moderasi beragama secara konseptual maupun korelasional, baik dalam konteks masyarakat multikultural, kurikulum PAI, maupun perilaku toleransi remaja, namun kajian ini umumnya menggunakan pendekatan kualitatif/studi pustaka atau menempatkan moderasi beragama sebagai variabel yang dikaitkan dengan subjek dan media yang berbeda dari konten dakwah digital figur tertentu.

Dari pemetaan tersebut terlihat adanya kekosongan kajian yang menjembatani dua isu besar tersebut secara empiris, yakni belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengukur pengaruh intensitas paparan konten dakwah Husain Basyaiban di TikTok terhadap pembentukan sikap moderasi beragama pada mahasiswa PAI dengan pendekatan kuantitatif. Sebagian besar penelitian sejenis masih menggunakan pendekatan kualitatif, serta belum ada yang menyasar mahasiswa PAI UII Angkatan 2022 sebagai subjek penelitian. Atas dasar kekosongan tersebut, penelitian ini hadir untuk mengisi gap dengan mengkaji pengaruh intensitas paparan konten dakwah Husain Basyaiban di media sosial TikTok terhadap pembentukan sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII Angkatan 2022 melalui pendekatan kuantitatif, sehingga memberikan kontribusi baru baik dari segi fokus kajian, subjek penelitian, maupun metode yang digunakan.

B. Landasan Teori

1. Kajian Teori

a. Dakwah Digital

1) Pengertian Dakwah

Secara bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa arab yaitu *da'ā–yad'ū–da'watan* yang artinya menyeru, memanggil, mengajak, mengundang. Sedangkan menurut KBBI[21] dakwah diartikan sebagai penyiaran agama dan pengembangannya dikalangan masyarakat, serta seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama, khsusnya agama Islam.

Dakwah juga dapat diartikan sebagai ajakan atau seruan kepada yang lebih baik, terutama dalam konteks iman dan ketaatan kepada Allah Swt.

Adapun pengertian dakwah secara istilah sebagaimana dikemukakan oleh para ahli, antara lain:[22]

1. Dakwah menurut Toha Yahya Qamar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan juga di akhirat

[21] "Arti kata - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online," diakses 30 Agustus 2026, https://kbbi.web.id/#google_vignette.

[22] Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, Pertama (KENCANA, 2006).

2. Dakwah menurut Syeikh Ali makhfudz, dalam kitabnya, Hidayatul Mursyidin mengartikan dakwah Islam adalah mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunujuk (hidayah), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemunkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan dunia akhirat.
3. Dakwah menurut Hamzah Ya'qub adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunujuk Allah dan Rasul-Nya.
4. Dakwah menurut Hamka Adalah seruan untuk menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktivitas yang memerintahkan amar ma'ruf nahi munkar.
5. Dakwah menurut Syeikh Muhammad Abduh Adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran adalah fardhu yang diwajibkan kepada setiap muslim.

Jadi dapat disimpulkan arti dakwah secara istilah adalah ajakan atau seruan kepada umatnya untuk mendorong kepada kebaikan serta mengingatkan umatnya untuk selalu berjalan di jalan yang benar agar meraih kesuksesan di dunia maupun di akhirat. Dakwah juga meliputi seluruh kegiatan untuk mendorong seseorang untuk senantiasa berbuat kebajikan yakni menjalankan perintah-Nya dan menjauhkan dari berbagai

kejahatan yakni menjauhi larangan-Nya, melalui lisan dan tulisan, rekaman atau kaset, maupun dengan contoh perbuatan dan akhlak yang mulia.

Dakwah juga mempunyai fungsi yang sangat besar, karena menyangkut aktifitas untuk mendorong manusia melaksanakan ajaran Islam, sehingga aktifitas dalam segala aspek hidup dan kehidupannya senantiasa diwarnai oleh ajaran Islam. Dakwah tidak hanya dipahami sebagai kegiatan menyampaikan ceramah secara lisan diatas mimbar, tetapi juga mencakup berbagai aktivitas yang bertujuan menyebarkan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran.

Dalam pelaksanaannya, dakwah dapat dilakukan melalui berbagai macam cara, seperti melalui lisan dalam bentuk ceramah maupun diskusi, melalui tulisan seperti buku, artikel dan konten digital, serta melalui tindakan nyata berupa keteladanan dan kegiatan sosial. Oleh karena itu, dakwah dapat dikatakan sebagai kegiatan yang bersifat dinamis dan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman serta keadaan sosial masyarakat. Dengan demikian, dakwah merupakan aktivitas yang luas dan menyeluruh karena di dalamnya terdapat unsur komunikasi, pendidikan, serta perubahan sosial.

Tujuan dakwah mengandung arah yang harus ditempuh serta luasnya cakupan aktifitas dakwah yang dapat dikerjakan. Secara

umum, fungsi dakwah dapat ditinjau dari sisi isi pesan, dakwah berfungsi untuk menanamkna pemahaman, membangun kesadaran, menerapkan nilai-nilai ajaran dalam perilaku sehari-hari, serta menjaga keberlangsungan kehidupan yang sesuai dengan ajaran Islam.

2) Pengertian Dakwah Digital

Ditinjau dari perspektif sosiologis, kegiatan dakwah perlu terhubung dengan keyakinan, nilai, serta pemikiran antar individu maupun kelompok, sekaligus membangun komunikasi yang efektif secara psikologis. Sebagai contoh, dakwah dilingkungan masyarakat perkotaan umumnya bersifat praktis sehingga menuntut para da'i untuk melakukan pengamatan dan kajian agar pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan serta karakter budaya masyarakat perkotaan. Selain itu para da'i juga juga dituntut untuk mengikuti serta menguasai perkembangan teknologi yang terus mengalami kemajuan di era yang berkembang pesat ini.[23]

Menurut Puji Rahayu dalam penelitiannya era digital merupakan periode ketika sebagian besar aktivitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari telah memanfaatkan teknologi berbasis digital. Menurut *Communication Technology Timeline*

[23] Mawaddah Warohmah dkk., *Kajian Ilmu Dakwah* (CV. Pustaka Inspirasi Minang, 2025), 11.

yang dikutip Dan Brown perkembangan teknologi digital ditandai dengan hadirnya komputer, munculnya internet, berkembangnya telepon seluler, serta berbagai platform media sosial.[24] Keberadaan era digital yang kini menjadi bagianyang tidak bisa terpisahkan dari kehidupan masyarakat, terutama generasi muda, telah membawa perubahan pada berbagai aspek kehidupan. Perubahan tersebut mencakup pola belajar, cara berkomunikasi, serta proses penyebaran informasi ditengah masyarakat termasuk penyebaran pesan dakwah.

Dakwah digital merupakan kegiatan penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh seorang da'i atau orang yang paham agama melalui platform berbasis media digital atau media sosial. Menurut Hafidhhuddin Istilah media dakwah mengacu pada pennggunaan berbagai platform berbasis teknologi, seperti situs web, media sosial (*Youtube, Instagram*, Tiktok, dan X), *podcast*, serta aplikasi pesan instan, sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah.[25]

Dakwah melalui internet merupakan suatu inovasi terbaru dalam syiar Islam, dan dapat mempermudah para da'i dalam menyebarkan dakwah nya. Namun para da'i perlu

[24] Puji Rahayu, "Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak," *Al-Fathin: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab* 2, no. 1 (2019): 48, https://doi.org/10.32332/al-fathin.v2i2.1423.

[25] Kh. Didin Hafidhduddin, *Dakwah di Era Media Sosial: Tantangan dan Strategi* (Alfabeta, 2019).

menyesuaikan strategi yang kreatif dan relevan, seperti penggunaan *storytelling*, dan juga memahami karakteristik audiens (menyesuaikan dengan topik yang terbaru). Dengan menyampaikan pesan-pesan positif yang berkelanjutan, media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk mendukung perkembangan spiritual dan sosial masyarakat. Melalui adaptasi yang tepat, dakwah digital tidak hanya mampu menjangkau lebih banyak orang, tetapi juga memberikan dampak positif bagi perkembangan umat dan jangka panjang.[26]

3) Karakteristik dan Perkembangan Dakwah Digital

Media digital memiliki karakteristik utama berupa komunikasi dua arah, kemampuan realtime, serta punggunaan format multimedia yang menggabungkan teks, gambar, suara, dan video secara bersamaan.[27] Penggunaan teknologi informasi dalam dakwah memiliki potensi yang sangat besar untuk menjangkau seluruh masyarakat khususnya muslim diseluruh Indonesia bahkan lintas negara. Pendayagunaan teknologi informasi atau media sosial dalam dakwah melahirkan potensi yang sangat besar untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat luas. Masyarakat dapat menjadi lebih sadar dan memahami sikap beragama dengan lebih baik melalui media

[26] Ridwan dan Ramsiah Tasruddin, *Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah Islam: Tantangan dan Strategi*, Vol. 4, No. 1 (2025): 34, https://doi.org/10.36701/qiblah.v4i1.1969.

[27] Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, 6th edition (SAGE Publication, 2010).

sosial. Hal ini dikarenakan media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menyediakan komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya interaksi antara penyampai pesan dan audiens. Apabila terdapat hal-hal yang kurang dipahami, pengguna dapat langsung mengajukan pertanyaan melalui kolom komentar maupun pesan pribadi. Dengan adanya interaksi tersebut, proses penyampian pesan keagamaan menjadi lebih terbuka, komunikatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik seperti masjid atau kelompok studi keagamaan, tetapi dapat menjangkau khalayak di berbagai wilayah dan latar belakang. Seiring dengan berkembangnya zaman, beberapa da'i menggunakan Tiktok sebagai sarana dakwah, terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menilai kualitas dan karakteristik konten keagamaan yang disajikan. Adapun Indikator konten dakwah Tiktok yaitu:

a) Aksebilitas yang mudah

Dakwah yang disampaikan di media sosial memudahkan masyarakat untuk bisa mengakses, karna di media sosial menyediakan fitur pencarian sehingga memudahkan pengguna untuk mencari apapun yang diinginkan. Dengan aksebilitas yang mudah, konten dakwah yang disediakan di platform tiktok dapat ditonton kapan saja dan dimana saja,

dan oleh beberapa golongan, termasuk orang tua, dewasa, remaja, hingga anak-anak.

Konten dakwah Husein Basyaiban menawarkan aksebilitas yang mudah bagi umat Muslim melalui berbagai plafform digital, diantaranya platform tiktok, Instagram, Youtube dan sebagainya. Yang paling diminati oleh kalangan remaja ataupun mahasiswa yakni pada platform tiktok sehingga memudahkan audiens dapat mengkses akun dakwah yang berkualitas dengan cepat dan nyaman.

b) Konten yang relevan

Menurut M. Mahbub dengan adanya tiktok dapat mempermudah seseorang untuk memperoleh wawasan melalui konten yang relevan dan berguna. Karena *platform* ini memiliki beragam fitur sehingga bisa digunakan sebagai sarana pembelajaran yang mendorong rasa ingin tahu.[28] Konten yang relevan merujuk pada materi yang sesuai dan berhubungan langsung dengan kebutuhan, minat, atau konteks audiens.

c) Kualitas konten

Konten yang menarik adalah konten yang tetap mempertahankan kualitas videonya dan konsisten dalam

[28] M. Mahbub Ihza Mubarak dkk., *Analisis Dampak Media Sosial Tiktok Terhadap Pendidikan Karakter di Era Teknologi 4.0*, Vol. 5, No. 2 (2024).

membuat video.[29] seperti isi yang disampaikan, kualitas video dan audio yang jelas, kreativitas, dan penyajian konten yang manarik agar tidak monoton juga perlu diperhatikan agar konten memiliki kualita syang baik sehingga audiens tertarik akan konten yang disajikan.

Menurut teori Media Richness yang dikembangkan oleh Draft dan Lengel, mengatakan bahwa: "media dikatakan "kaya" jika mampu menyampaikan lebih banyak informasi melalui berbagai saluran secara bersamaan, seperti suara, ekspresi wajah, bahasa tubuh, serta memberikan umpan balik langsung." Dalam konteks tersebut, video yang disajikan di Tiktok mencakup kriteria tersebut sehingga pesan dakwah yang disampaikna lebih mudah dipahami dan dirasakan secara emosional oleh penonton atau audiens.

4) Karakteristik Dakwah Husein Basyaiban di Tiktok

Husein Basyaiban, yang dikenal luas dengan nama panggung Kadam Sidik, lahir di Makkah, Arab Saudi pada 12 Agustus 2002. Ia merupakan putra dari Kiai Sufyan Bangkalan, seorang tokoh agama di Bangkalan, Madura. Husein menempuh ppendidikan dasar di SDN Jaddih 1 Bangkalan, kemudian melanjutkan ke MTsN Bangkalan, dan MAN Bangkalan.

[29] Shani Dwi Putri dan Suzy Azheharie, *Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok*, Vol. 5. No. 2 (2021).

Selanjutnya ia melanjutkan studi di jurusan Ilmu Hadis di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur. Ilmu agama yang dimilikinya tidak hanya diperoleh dari bangku sekolah, tetapi juga dari bimbingan langsung ayahnya.

Husein mulai aktif di media sosial sejak tahun 2018. Ia mengganti nama penggunanya menajdi Kadam SIdik sebagai bentuk semangat memulai segalanya dari awal dan ingin dikenal sebagai pemuda produktif yang gemar membagikan dakwah melalui platform media sosialnya. Ia meninggalkan kesalahan-kesalahan masa lalunya dan membuka lembaran pada tahun 2023.

Akun Tiktok Husein Basyaiban @kadamsidik00 telah diikuti 6,3 juta pengguna Tiktok. Selain aktif di media sosial, Kadam Sidik juga sering diundang untuk berbicara di berbagai acara kajian agama dan seminar. Husein menyampaikan dakwahnya dengan bahasa yang ringan dan kekinian sehingga mudah dipahami oleh berbagai kalangan, khususnya Generasi Z. gaya dakwahnya yang relevan dengan kehidupan anak muda menjadikannya semakin dikenal dan diminati.

Akun Kadam Sidik tidak hanya menyajikan konten-konten dakwah semata, tetapi juga diperkaya dengan berbagai konten yang menggambarkan aspek kehidupan sehari-hari. Variasi konten ini memberikan nuansa yang lebih dinamis dan humanis,

sehingga mampu menjaga ketertarikan audiens serta mengurangi potensi kejenuhan dalam mengonsumsi konten dakwah yang disampaikan. Selain itu, penyajian yang beragam tersebut juga dapat memperkuat kedekatan emosional antara kreator dan pengikutnya.

b. Media Sosial Tiktok

1) Pengertian Media Sosial Tiktok

Sebelum membahas lebih dalam mengenai konsep platform media sosial Tiktok, perlu dipahami terlebih dahulu definisi media sosial itu sendiri. Media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial, media diartikan sebagai alat komunikasi sedangkan kata sosial diartikan sebagai kenyataan sosial yakni segala sesuatu yang berkaitan dengan masyarakat, hubungan antarmanusia, atau sifat kemasyarakatan.[30] Menurut Nasrullah, media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten, baik berupa tulisan, foto, video, maupun suara, dalam ruang virtual. Media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah juga memberikan peluang bagi pengguna untuk berinteraksi secara aktif.[31] Sedangkan memurut Sobur, media sosial adalah platform komunikasi digital yang berfungsi

[30] Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Simbiosa Rekatama Media, 2020).

[31] Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*.

sebagai media interaksi sosial, penyebaran informasi, dan kolaborasi berbasis jaringan. Sobur juga menekankan media sosial dapat membentuk pola komunikasi yang lebih horizontal dibandingkan dengan media tradisional.[32]

Dalam buku Teknologi Komunikasi dan Informasi yang ditulis oleh Agus media sosial adalah bagian dari transformasi teknologi yang mendorong perubahan signifikan dalam pola komunikasi manusia, baik dalam kehidupan personal maupun professional.[33] Sedangkan menurut Nenden sosial media merupakan media berbasis internet yang memungkinkan individu berpartisipasi, berinteraksi, dan berbagi konten secara online. Sosial media memungkinkan pengguna berpartisipasi dalam jenjang sosial dengan orang lain yang memiliki hubungan atau minat yang sama.[34] Menurut Kurniawan dalam buku strategi Digital Marketing menguraikan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga media promosi yang efektif, karena pungguna dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan media konvensional.[35]

---

[32] Sobur dalam Abdul Qadir dan M. Ramli, *Media Sosial (Definisi, Sejarah, dan Jenis-Jenisnya*, t.t., 2715.

[33] agus Dalam Abdul Qadir Dan M. Ramli, *Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya)*, 3 (2024): 2716.

[34] Nenden Hendayani Novia dan dkk, *Strategi Digital Marketing* (Pt Mafy Media Literasi Indonesia, 2023).

[35] Sobur Dalam Qadir Dan Ramli, *Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya)*, 2715.

Dalam buku *the social media bible* karya Safko, media sosial juga diartikan sebagai kombinasi antara teknologi komunikasi dengan interaksi sosial, yang berpusat pada penciptaan dan penyebaran konten melalui jaringan digital. Kondisi tersebut membuka kesempatan yang lebih besar bagi individu maupun organisasi untuk menjalin hubungan dan memperluas jaringan komunikasi dengan berbagai pihak. Melalui perkembangan media sosial dan teknologi digital, interaksi tidak lagi terbatas oleh jarak maupun waktu, sehingga proses membangun relasi dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan juga efektif. Hal ini juga memungkinkan terjadinya pertukaran informasi serta kerja sama yang lebih luas dalam berbagai bidang kehidupan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan untuk keperluan sosial. Media sosial adalah platform digital berbasis web/aplikasi yang memfasiltasi pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten dalam bentuk teks, foto, ataupun video. Media sosial merupakan sarana komunikasi yang mampu menghubungkan individu secara instan kapan pun dan dimana pun, bahkan hingga lintas negara.

Kehadiran media sosial juga memberikan kemudahan dalam penyebaran berbagai informasi, baik yang bersifat positif maupun negatif. Oleh karena itu, sebagai pengguna media

sosial, masyarakat perlu memiliki kesadaran dan sikap selektif terhadap informasi yang dipilih, dilihat, serta dipercayai agar tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang belum tentu benar. Media sosial juga dapat menjadi wadah untuk memperluas edukasi dan melatih kreativitas, yakni media sosial menyajikan tempat untuk belajar dengan cara online dan mudah di akses, serta dapat mengembangkan kreativitas seseorang.

Namun dengan adanya media sosial yang sangat pesat ini harap untuk waspada karna banyak juga dampak negatifnya diantaranya adalah *brainrot*. *Brainrot* (pembusukan otak) adalah istilah yang menggambarkan suatu kegemaran yang berlebihan atau obsesi terhadap konten digital hingga menyebabkan pembusukan otak.[36] Jadi dapat disimpulkan *brainrot* adalah penurunan kemampuan berpikir kritis, fokus, dan fungsi kognitif akibat konsumsi berlebihan konten digital berkualitas rendah, meme absurd, atau video berdurasi pendek (*short video*) secara terus menerus bahkan dapat membuat penurunan daya ingat dan gampang lupa. Sehingga dengan begitu banyak orang yang merasa *insecure* dan sering membanding-bandingkan diri sendiri dan menurunkan kepercayaan diri.

[36] Deni Nasir Ahmad, "Brain Rot : Dampak dan Solusi pada Pelajar Indonesia di Generasi Emas 2045," *Semnas Penabio* (Jakarta), t.t.

Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, mengunggah, serta membagikan video dan foto. Pupolaritas ini juga tercermin dari tingginya jumlah unduhan di Google Play Strore, yang telah mencapai lebih dari 1M juta kali pengunduhan.

Tiktok adalah *platform* yang diluncurkan pada September 2017 oleh Tiongkok yang berisi video musik dan jaringan sosial. Viv Gong sebagai *Head of Marketing* (kepala pemasaran) Tiktok, mengungkapkan bahwa salah satu pasar utama untuk pemasaran Tiktok adalah Indonesia.[37] Indonesia memiliki jumlah pengguna internet terbesar ke-6 di dunia.

Constine menyatakan Tiktok sebagai "jaringan media yang tidak ada hubungannya dengan jejaring sosial lainnya" dan sebagai "pabrik meme yang sangat besar yang mereduksi konten menjadi potongan-potongan viral dan terus membagikannya hingga pengguna berhenti atau tertidur." Sedangkan menurut Ma & Hu tiktok adalah aplikasi berbasis video sekaligus media sosial yang memungkinkan pengguna untuk saling mengikuti dan berinteraksi satu sama lain, sebagaimana fungsi yang terdapat pada platform media sosial lainnya. Seiring meningkatnya jumlah pengguna, tiktok berkembang menjadi

[37] Andi Baso Akbar dkk., *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Bagi Gen Z di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdatul Ulama Sulawesi Tenggara*, Vol. 2, No. 2 (Mei 2024): 133.

satu platform media sosial yang banyak dimanfaatkan oleh para pelaku pemasaran untuk menjangkau serta membangun keterlibatan dengan target audiens sesuai dengan fungsi dan karakteristik *platform* tersebut.

Menurut Gabriel Weimann dan Natalie Masri, salah satu karakteristik utama Tiktok terletak pada algoritma halaman utamanya yang dikenal dengan istilah "*For Your Page*" FYP. Melalui fitur tersebut, video dari pengguna lain, baik akun yang di ikuti atau pun tidak dapat muncul pada halaman pengguna berdasarkan jenis konten yang paling sering disukai dan di tonton sebelumnya.[38]

Menurut Ajzen yang dikutip dalam penelitian Nova Ahmad dan Damajanti menyatakan bahwa terdapat 4 aspek yang mempengaruhi penggunaan media sosial Tiktok antara lain:[39]

b) Perhatian (*attention*)

Perhatian adalah minat seseorang terhadap sesuatu, baik itu objek maupun aktivitas yang mereka minati, cenderung lebih intens dan intensif dibandingkan aktivitas lain yang tidak didasarkan pada minat. Sesoerang yang tertarik pada

[38] Shani Dwi Putri dan Suzy Azheharie, *Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok*.

[39] Noval Achmad dan Damajanti Kusuma Dewi, *Hubungan Intensitas Penggunaan media Sosial Terhadap Prokrastinasi Akademik pada Mahasiswa yang Menyelesaikan Skripsi*, Vol. 7, No. 9 (2022).

media sosial akan memfokuskan perhatiannya untuk mengaksesnya.

c) Penghayatan (*comprehension*)

Penghayatan adalah pemahaman dan penyerapan informasi oleh seseorang, diikuti dengan upaya untuk memahami, menikmati, dan mempertahankan informasi tersebut, sehingga menciptakan pengetahuan baru. Individu yang menggunakan media sosial memahami dan menyerap informasi saat menggunakannya, sehingga memungkinkan mereka untuk menikmati aktivitas mereka saat mengakses media sosial.

d) Durasi (*duration*)

Lamanya waktu yang dihabiskan seseorang untuk melakukan aktivitas dalam bentuk tindakan. Menghitung berapa lama seseorang mengakses suatu media dalam menit atau jam per hari. Klasifikasi pengukuran durasi meliputi:

a) Tinggi: lebih dari 3 jam per hari
b) Rendah: 1 hingga 3 jam per hari

e) Frekuensi (*frequency*)

Frekuensi penggunaan media sosial adalah jumlah kali seseorang mengakses media sosial, atau frekuensi penggunaan media sosial mereka. Frekuensi penggunaan setiap orang bervariasi tergantung pada minat dan

kebutuhan mereka. Klasifikasi penggunaan frekeunsi bisa dikatakan tinggi jika menggunakan media sosial lebih dari 4 kali perhari, sedangkan bisa dikatakan rendah apabila menggunakan media sosial sebanyak 1 hingga 4 kali perhai.

2) Tiktok sebagai Platform Dakwah Digital

Sejalan dengan meningkatnya popularitasnya, Tiktok menjadi perhatian berbagai kalangan dalam bidang dakwah, baik ulama yang telah berpengalaman maupun para da'i muda, yang memanfaatkan platform tersebut sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan.[40]

Pemanfaatan platform Tiktok sebagai media dakwah dilakukan dengan mengoptimalakna fitur aplikasi ini untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara kreatif, ringkas, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Format video berdurasi singkat memungkinkan penyampaian dakwah menjadi lebih menarik, sederhana, serta mudah dipahami, sehingga ebih mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi muda yang merupakan pengguna aktif Tiktok.[41]

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan modern, termasuk dalam konteks pendidikan Islam. Dengan

[40] Yulia Nafa Fitri Randani dkk., *Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah untuk Kaum Milenial*, Vol. 3, No. 1 (September 2021).

[41] Janisa Kusmawati dan Achmad Junaedi Sitika, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Islam Bagi Generasi Z*, Vol. 11, No. 3 (Juli 2024).

karakteristik nya yang interaktif dan juga fleksibel, media sosial dapat dimanfaatkan untuk mendukung pembelajaran Islam secara efektif dan efisien, Diantaranya adalah:

a. Media sosial sebagai sarana dakwah

   Media sosial menyediakan platform bagi para pendidik dan pendakwah untuk menyebarkan ajaran Islam secara luas dan cepat. *Platform* seperti Tiktok, *Instagram*, *Youtube* sering digunakan untuk berbagi konten Islami dengan bentuk video ceramah, materi tertulis, atau infografis.

b. Membentuk komunitas belajar Islami

   Media sosial dapat digunakan untuk membangun komunitas pembelajaran berbasis Islam. Forum *online* seperti Kaskus sering digunakan untuk diskusi Islami, kelompok studi keagamaan, atau berbagi pengetahuna keagamaan.

c. Meningkatkan literasi digital Islami

   Literasi digital Islami mencakup etika dalam berkomunikasi, menyaring informasi yang sesuai dengan hukum Islam, dan memanfaatkan teknologi untuk kebaikan. Dengan begitu *audience* dapat mengguakan teknologi dengan tetap berpegang pada nilai-nilai Islam.

d. Menjawab tantangan modernitas dalam pendidikan Islam

Integrasi media sosial membantu pendidikan Islam tetap relevan di era digital, dengan menjawab tantangan modern seperti: Persepsi negatif terhadap Islam: Media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan pemahaman yang benar tentang ajaran Islam dan melawan stereotip negatif. Penyebaran informasi yang salah: Media sosial menjadi alat untuk meluruskan hoaks atau kesalahpahaman terkait ajaran Islam. Menjangkau generasi muda: Media sosial memberikan pendekatan yang sesuai dengan pola komunikasi generasi digital.

c. Teori Sikap

1. Pengertian Sikap

Dalam psikologi, sikap atau *attitude* didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk menanggapi suatu objek, individu, kelompok, atau situasi dengan cara tertentu, yang mencerminkan perasaan, keyakinan, dan kecenderungan perilaku.

Menurut Fishbein dan Ajzen, sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk merespons secara positif atau negatif terhadap suatu objek, situasi, konsep, atau orang.[42] Sedangkan

[42] Fishbein dan Ajzen dalam Jan Arianto Asther dkk., *Attitude Toward Behavior, Subjective Norm, dan Perceive Behavioral Control sebagai prediktor terhadap Kepatuhan Berlalu lintas pada Pengendara Motor di Kota Makassar*, Vol. 3 No. 2 (2023): hal. 487, https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2353.

Menurut Secord & Backman sikap yaitu perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan tindakan (konasi) seseorang dalam suatu aspek di lingkungan sekitarnya.

Sarlito dan Eko menjelaskan bahwa sikap merupakan sebuah proses evaluasi yang dilakukan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Objek yang menjadi sasaran siakp individu tersebut dapat berupa benda, orang lain, maupun informasi. Adapun hasil evaluasi yang diberikan seseorang terhadap objek tersebut dapat bersifat positif maupun negatif.[43]

Sikap bersifat evaluatif dan berakar pada nilai-nilai yang dipegang dan dibentuk dalam suatu objek. Dalam proses perubahan sikap, terlihat jalas bahwa sikap hanya dapat berubah jika stimulus secara signifikan melebihi stimulus awal. Perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi dalam diri individu.[44] Pembentukan sikap seseorang sangat bergantung pada pengalaman pribadi, pengalaman keluarga, teman, dan juga lingkungan.

Aspek-aspek sikap menurut Fishbein dan Ajzen terdiri atas dua aspek yaitu *behavioral belief* (keyakinan perilaku), mengacu pada keyakinan individu terhadap suatu perilaku

[43] Sarwono, Sarlito W dan Eko A, Meinarno, *Psikologi Sosial* (Salemba Humanika, 2009), hal. 151.

[44] Veronica Amelia Maria Pantouw dan Brigitta Revia Sandy Fista, *Sikap Warga Putat Jaya Mengenai City Branding Kota Surabaya Melalui Program Revitalisasi EKS Lokalisasi Dolly*, Vol. 7, No. 1 (Juli 2018).

tertentu yang menjadi dasr terbentuknya sikap. Dan *outcome evaluation* (evaluasi hasil), penilaian atau evaluasi individu, baik positif maupun negatif, terhadap hasil yang diperkirakan akan muncul dari perilaku tersbeut berdasarkan keyakinan yang dimilikinya.[45]

Dengan demikian, apabila seseorang meyakini bahwa melakukan suatu perilaku tertentu akan menghasilkan dampak yang positif, maka akan terbentuk sikap yang mendukung. Sebaliknya, jika perilaku tersebut diyakini akan menimbulkan dampak negatif, maka individu tersebut akan membentuk sikap yang tidak mendukung terhadap perilaku tersebut.

2. Komponen Sikap

Sikap bukanlah sekedar perasaan atau opini, tetapi merupakan konstruksi psikologis. Saifudin Azwar menjelaskan dalam bukunya yang berjudul Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya, struktur sikap terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:[46]

a. Komponen Kognitif, merupakan aspek yang berkaitan dengan keyakinan serta pemahaman individu terhadap suatu objek yang diperoleh melalui proses melihat,

[45] Jan Arianto Asther dkk., *Attitude Toward Behavior, Subjective Norm, dan Perceive Behavioral Control sebagai prediktor terhadap Kepatuhan Berlalu lintas pada Pengendara Motor di Kota Makassar*.

[46] Saifudin Azwar dalam Eliza Virginia, "Pengaruh Sikap, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Keaamanan dalam Minat Menggunakan Jasa Layanan Go-jek" (Universitas Brawijaya, 2020), hal. 26.

mendengar, dan merasakan. Keyakinan dan pemahaman tersebut menjadi dasar terbentuknya informasi serta pengetahuan mengenai objek yang dimaksud. Atau juga bisa diartikan dengan pikiran atau keyakinan individu tentang suatu objek atau situasi.

b. Komponen Afektif, aspek yang berhubungan dengan respons emosional atau perasaan subjektif individu terhadap suatu objek atau keadaan tertentu. Melibatkan perasaan atau emosi seseorang terhadap objek sikap.
c. Komponen Konatif (perilaku), aspek yang menunjukan kecenderungan individu untuk berperilaku terhadap objek yang dihadapinya. Merujuk pada kecenderungan perilaku atau tindakan yang diambil terhadap objek sikap.

Arah sikap individu, baik positif maupun negative, dapat diketahui melalui komponen-komponen penyusunannya. Menurut Sarlito dan Eko, sikap terdiri atas tiga komponen, yaitu kognitif, afektif, dan konotatif. Komponen kognitif berkaitan dengan pengetahuan, keyakinan, penilaian, serta pandangan terhadap objek sikap. Komponen afektif mencerminkan perasaan atau emosi, seperti suka atau tidak suka terhadap objek tersebut. Sementara itu, komponen konatif berhubungan dengan kecenderungan individu untuk bertindak atau berperilaku yang dapat diamati sebagai respons terhadap

objek sikap.[47] Komponen sikap ini bisa digunakan untuk menilai bagaimana sikap seseorang terhadap objek sikap.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komponen sikap mencakup tiga aspek: komponen kognitif, afektif, dan konnatif. Komponen kognitif terdiri atas pemahaman, pengetahuan, pandangan, dan keyakinan individu mengenai objek sikap. Komponen afektif mengacu pada perasaan suka atau tidak suka terhadap objek sikap tersebut. Komponen konotatif mencerminkan kecenderungan untuk bertindak terhadap objek sikap, yang menggambarkan intensitas sikap khususnya, sejauh mana kecenderungan individu untuk bertindak atau berperilaku terkait dengan objek tersebut.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembentukan Sikap

Sikap manusia bukanlah sesuatu yang dibawa sejak lahir. Sebaliknya, sikap tersebut terbentuk melalui proses sosial yang dialami sepanjang hidup, dimana individu memperoleh informasi dan pengalaman. Proses ini dapat berlangsung didalam keluarga, sekolah, atau ditengah masyarakat luas. Proses sosial melibatkan interaksi timbal balik antara individu dan lingkungannya, dan interaksi serta hubungan inilah yang

[47] Sarwono, Sarlito W dan Eko A, Meinarno, *Psikologi Sosial* (Salemba Humanika, 2009), hal. 154.

pada akhirnya membentuk pola sikap individu terhadap lingkungannya.

Menurut Saifudin Azwar, terdapat beberapa faktor yang berperan dalam pembentukan sikap, yaitu pengalaman yang memberikan pengalaman yang kuat, pengaruh dari individu yang dianggap penting, kebudayaan, media massa, lembaga pendidikan dan lembaga agama, serta faktor emosional.[48] Faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan sikap seorang individu yaitu berasal dari faktor internal dan eksternal.

Pembentukan sikap manusia dari faktor eksternal mencakup dua pokok, yaitu:[49]

a. Interaksi kelompok, setiap individu di dalam kelompok memiliki karakteristik perilaku yang berbeda-beda. Berbagai perbedaan ini memberikan informasi atau menjadi contoh yang diikuti oleh orang lain, sehingga turut membentuk sikap.
b. Komunikasi, komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi. Informasi semacam itu dapat menanamkan sugesti, memupuk motivasi, dan membangun kepercayaan. Informasi yang bernuansa negatif cenderung

[48] Saifudin Azwar dalam Eliza Virginia, "Pengaruh Sikap, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Keaamanan dalam Minat Menggunakan Jasa Layanan Go-jek," hal. 23.

[49] Eliza Virginia, "Pengaruh Sikap, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Keaamanan dalam Minat Menggunakan Jasa Layanan Go-jek," hal. 25.

membnetuk sikap negatif, sedangkan informasi yang memotivasi dan menyenangkan mendorong terbentuknya sikap positif atau menghasilkan perubahan sikap ke arah yang positif.

Sedangkan faktor internal dari pembentukan sikap itu sendiri adalah dari pengalaman pribadi dan keaadaan emosional. Pengalaman terhadap suatu objek memengaruhi pembentukan sikap. Pengalaman yang menyenangkan cenderung menghasilkan sikap positif., sedangkan pengalaman yang tidak menyenangkan membentuk sikap negatif. Selain itu, kondisi emosional individu, seperti perasaan tertarik, senang, atau membutuhkan, dapat mendorong sikap positif, sementara perasaan benci, acuh dan tidak percaya cenderung membentuk sikap negatif. Pembentukan sikap juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti komunikasi, interaksi kelompok, dan kebudayaan.

d. Moderasi Beragama

1. Pengertian Moderasi Beragama

Secara etimologis, "moderasi" adalah kata yang diambil dari bahasa inggris, "*moderation*," yang berarti tidak berlebihan, moderat, atau tengah. Dalam bahasa Indonesia, kata ini kemudian diadopsi sebagai "moderasi" yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) didefinisikan sebagai

mengurangi kekerasan atau menghindari hal-hal ekstrem.[50] Sedangkan kata moderasi dalam bahsa Arab adalah *al-wasathiyyah*, yang berarti tengah-tengah atau pertengahan. Dalam Mu'jam Maqayis, Ibnu Faris menuliskan wasatiyah adalah konsep yang merujuk pada sikap adil dan berada di posisi tengah, yaitu tidak condong ke salah satu sisi secara berlebihan.[51] Menurut Ibnu Asyur, kata wasath memiliki dua pengertian. Secara etimologis, *wasth* berarti sesuatu yang berada ditengah atau sesuatu yang memiliki dua ujung dengan ukuran yang seimbang. Adapaun secara terminologis, wasath dimaknai sebagai nilai-nilai Islam yang didasarkan pada pola pikir yang lurus dan moderat, serta tidak bersikap berlebihan dalam suatu hal.[52]

Menurut Mukti Ali agama adalah kepercayaan akan keberadaan Tuhan Yang Maha Esa dan hukum yang diturunkan kepada para utusan-Nya untuk kebahagiaan hidup dunia dna akhirat.[53] Kata agama juga dapat diartikan sebagai aturan-aturan yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan dan sesama manusia dengan tujuan mencapai yang lebih baik.

---

[50] Nabila Khalida An-Nadhrah, "Moderasi Beragama Menurut Yusuf Al-Qardhawi, Quraish Shihab, dan Salman Al-Farisi," *LIving Islam* Vol. 6, No. 1 (Mei 2023).

[51] Ibnu Faris dalam Suja'i Sarifandi dkk., *Dari Nasionalisme hingga Anti Kekerasan: Membaca Indikator Moderasi Beragama melalui Hadits*, Vol. 15, No. 2 (Desember 2023): 138.

[52] Ibnu Asyur dalam Suja'i Sarifandi dkk., *Dari Nasionalisme hingga Anti Kekerasan: Membaca Indikator Moderasi Beragama melalui Hadits*, 138.

[53] Khotimah, *Agama dan Civil Society*, Vol. XXI, No. 1 (Januari 2014).

Ketika kata moderasi dipasangkan dengan kata agama, maka menjadi moderasi beragama. Istilah yang merujuk pada sikap mengurangi kekerasan atau menghindari ekstremisme dalam praktik keagamaan. Moderasi beragama umunya memiliki arti yang sama dengan makna tengah-tengah, baik, adil, keseimbangan, dan terpuji. Definisi ini dapat diintrepetasikan sebagai perilaku keagamaan yang berada di tengah, bukan memihak ke kiri atau ke kanan. Secara terminologi, moderasi beragama menurut Yusuf al-Qardhawi diartikan sebagai sikap mengambil jalan tengah diantara dua pandangan yang saling bertentangan atau berlebihan, sehingga tidak ada salah satu pandangan yang mendominasi cara berpikir seseorang.[54] Menurut Hamka moderasi beragama berarti pertengahan, tidak semata-mata terpaku pada urusan duniawi, juga tidak sepenuhnya memprioritaskan kepentingan spiritual. Moderasi beragama terletak di antara keduanya. Hasbi As-Shiddieqy juga memdefinisikan moderasi beragama dengan cara yang sama yakni sikap yang seimbang, tidak hidup secara berlebihan dalam beragama, tetapi juga tidka mengurangi kewajiban dalam beragama.[55]

[54] Babun Suharto dan et. all, *Moderasi Beragama: dari Indonesia untuk Dunia* (LKIS, 2019).

[55] Sagnofa Nabila Ainiya Putri dan Muhammad Endy Fadlullah, *Wasathiyah (Moderasi Beragama) dalam Perpektif Quraish Shihab*, Vol. 03, No. 01 (Juni 2022).

Dari penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa moderasi beragama adalah jalan tengah. Tidak terlalu condong ke kiri maupun ke kanan. Ia menghindari fanatisme dan ekstremisme agama. Moderasi bukan sekedar memilih jalan tengah, melainkan sebuah keseimbangan yang berlandaskan prinsip "tidak kurang dan tidak berlebihan." hal ini bukanlah sikap menghindari sutuasi sulit ataupun melalaikan tanggung hawab. Islam mengajarkan keberpihakan aktif pada kebenaran, namun yang senantiasa dilandasi oleh kebijaksanaan. Hal ini sejalan dengan makna agama itu sendiri, yaitu sebagai pedoman menuju kehidupan yang damai.

Dengan demikian, jelaslah bahwa moderasi beragama erat kaitannya dengan upaya menumbuhkan rasa kebersamaan dan saling pengertian dengan mereka yang berbeda dari kita. Melalui praktik dan penerapan sikap moderat dalam kehidupan sehari-hari, kita dapat menjadikan agama sebagai pedoman dan sumber solusi untuk bertindak secara adil dimanapun kita berada, sekaligus menyeimbangkan urusan duniawi dengan kepentingan akhirat.

Dapat disimpulkan, sikap moderasi beragama merupakan reaksi atau respons, khususnya berupa penilaian evaluatif yang muncul dari diri individu terhadap objek tertentu. Sikap semacam itu juga dapat digambarkan sebagai perwujudan dari

kesadaran terhadap lingkungan. Moderasi beragama merupakan kebijakan yang memupuk keharmonisan sosial serta mendukung kesejahteraan individu, keluarga, dan masyarakat, sehingga memungkinkan hubungan antarindividu menjadi lebih luas, harmonis, dan dilandasi oleh sikap saling menghormati.

Salah satu tantangan utama dalam memperkuat moderasi beragama adalah keragaman pemahaman dan interpretasi agama dalam masyarakat multikultural dan multiagama Indonesia, perbedaan-perbedaan ini seringkali menjadi sumber ketegangan jika tidak di kelola dengan bijak. Interpretasi agama yang cenderung literal dan eksklusif dapat menimbulkan intoleransi, yang berpotensi memperlebar jurang antara inidvidu atau kelompok.

Menurut Tauber & Vasile di era digital, tantangan ini semakin diperparah oleh akses luas terhadap informasi keagamaan yang belum tentu kredibel atau sesuai dengan prinsip-prinsip moderasi. Media sosial misalnya, telah menjadi sarana penyebaran informasi yang masif, seringkali tanpa verifikasi atau kontrol kualitas. Fenomena ini menciptakan ruang bagi perkembangan ideologi ekstremis yang mudah menyebar di kalangan masyarakat, terutama generasi muda. Mereka yang kurang melek digital cenderung rentan terhadap

narasi keagamaan yang provokatif atau manipulatif, yang pada akhirnya dapat merusak upaya untuk memoderasi agama.[56]

Era digital menghadirkan peluang signifkan untuk memperkuat moderasi beragama seseorang. Teknologi digital memungkinkan akses ke berbagai sumber belajar yang dapat memperkaya pemahaman seseorang tentang moderasi beragama. Platform pembelajaran daring, aplikasi pendidikan, dan media sosial, dapat digunakan untuk mnyebarkan pesan moderasi beragama dengan cara yang menarik dan mudah diakses[57]. Mengingat pada zaman yang modern ini semua orang pasti menggunakan media sosial untuk kehidupan sehari-hari nya baik itu digunakan untuk berbisnis, belajar, atau sekedar mencari hiburan. Dengan strategi yang tepat, tekmologi digital dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan literasi keagamaan dan mendorong dialog konstruktif diantara berbagai kelompok.[58]

Konten dakwah digital di media sosial Tiktok dapat menjadi sarana penyebaran nilai-nilai moderasi beragama kepada generasi muda, khususnya mahasiswa. Dengan adanya dakwah

[56] Ifa Afida dkk., *Penguatan Moderasi Beragama dalam Kurikulum PAI : Studi Literatur terhadap Tantangan dan Peluang di Era Digital*.

[57] Subiantoro Subiantoro, "MODERASI BERAGAMA: PERAN DAN TANTANGAN DALAM PEMBELAJARAN DI SEKOLAH DI ERA DIGITAL," *NUSRA: Jurnal Penelitian dan Ilmu Pendidikan* 4, no. 4 (2023): 878–84, https://doi.org/10.55681/nusra.v4i4.1704.

[58] Musyahid Musyahid dan Nur Kolis, "Religious Moderation Implementation in Islamic Education: A Systematic Review," *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 9, no. 2 (2023): 265–84, https://doi.org/10.24952/fitrah.v9i2.9547.

digital yang disampaikan dengan bahasa yang ringan, toleran, dan tidak ekstrem, maka hal tersebut dapat membantu membentuk pemahaman keagamaan yang moderat. Pernyataan tersebut sejalan dengan konten dakwah yang disampaikan oleh Husein Basyaiban melalui media sosial Tiktok yang mengedepankan nilai toleransi, keterbukaan, dan sikap moderasi dalam beragama.

2. Tujuan Moderasi Beragama

Menurut Salman Al-Farisi, tujuan moderasi beragama adalah untuk menengahi perbedaan pemahaman tentang Islam, mencegah radikalisme, dan menghindari fanatisme agama yang berlebihan. ia juga menyatakan bahwa, sejalan dengan keberagaman di dalam Negara Kesatua Republik Indonesia, moderasi beragama sangat penting untuk menengahi dan mencegah konflik yang berkepanjangan. Urgensi moderasi beragama, adalah untuk mempraktikan esensi ajaran agama, yang pada dasarnya mengandung nilai-nilai kemanusiaan dan mempromosikan kebaikan bersama.[59]

3. Indikator Moderasi Beragama

Kebangsaan atau nasionalisme dalam konteks Indonesia adalah sebuah paham yang menumbuhkan kesadaran bahwa

[59] Nabila Khalida An-Nadhrah, "Moderasi Beragama Menurut Yusuf Al-Qardhawi, Quraish Shihab, dan Salman Al-Farisi."

setiap warga negara merupakan bagian dari bangsa Indonesia yang memiliki kewajiban untuk mencintai dan membela negaranya. Kewajiban tersebut menjadi landasan tumbuhnya semangat kebangsaan, yakni sebuah paham yang melahirkan rasa persatuan dalam hati sekelompok manusia atas dasar cita-cita yang sama dalam satu ikatan kenegaraan Indonesia. Idelologi inilah yang mempersatukan bangsa Indonesia yang terdiri dari beragam suku, ras, budaya, dan agama, sebab adanya ikatan dan cita-cita bersama memunculkan rasa persatuan dan kesatuan, kecintaan terhadap tanah air, serta kesiapan untuk membelanya.

Pemahama ini sejalan dengan indikator komitmen kebangsaan dalam moderasi beragama sebagaimana dijelaskan dalam buku Moderasi Beragama yang diterbitkan oleh Kementrian Agama RI, disebutkan bahwa:

> "Indikator moderasi beragama dalam konteks Indonesia ada empat, yakni: 1) komitmen kebangsaan; 2) toleransi; 3) anti kekerasan; dan 4) akomodatif terhadap kebudayaan lokal. Keempat indikator ini dapat digunakan untuk mengenali seberapa kuat moderasi beragama yang dipraktikan oleh seseorang di Indonesia, dan seberapa besar kerentanan yang dimiliki. Kerentanan tersebut perlu dikenali supaya kita bisa menemukenali dan mengambil lankah-langkah yang tepat untuk melakukan penguatan moderasi beragama."[60]

[60] Kementrian Agama RI, *Moderasi Beragama* (Badan Litbang Agama dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 43.

Indikator adalah tanda ukur atau petunjuk spesifik untuk melihat ketercapaian dari suatu sifat. Komitmen kebangsaan dan moderasi beragama saling berkaitan erat, karena menjalankan ajaran agama sejatinya juga merupakan tanggung jawab sebagai warga negara, sebagaimana memenuhi tanggung jawab kewarganegaraan juga merupakan bentuk pengamalan nilai-nilai agama itu sendiri.

4. Faktor-faktor yang Memengaruhi Sikap Moderasi Beragama

Pada dasarnya, sikap seseorang terbentuk melalui interaksi berbagai faktor yang saling memengaruhi, baik yang berasal dari dalam diri individu maupun dari lingkungan di sekitarnya. Hal ini juga berlaku pada pembentukan sikap moderasi bergama, dimana tinggi atau rendahnya tingkat moderasi beragama seseorang tidak terlepas dari pengaruh berbagai faktor yang melingkupinya. Secara umum, faktor-faktor yang memengaruhi sikap moderasi beragama seseorang dapat dikelompokan menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.[61]

a. Faktor Internal

Faktor internal ini berasal dari dalam diri seseorang, seperti kepribadian, kesadaran keagamaan dan motivasi.

[61] Hasyim Hasanah, *Faktor-Faktor Pembentukan Kesadaran Beragama Anak Jalanan*, Vol. 10, No. 2 (April 2015): hal. 216.

Moderasi beragama berkaitan erat dengan kepribadian dan motivasi seseorang dalam berinteraksi ditengah masyarakat. Dimana kepribadian yang terbuka dan motivasi yang positif akan mendorong seseorang untuk lebih menerima perbedaan. Selain itu, tingkat pemahaman yang mendalam mengenai ajaran agama turut membentuk sikap moderat seseorang. Kurangnya pemahaman terkait moderasi beragama merupakan persoalan utama yang harus ditangani, karena pemahaman yang kurang dapat menghambat terciptanya lingkungan yang lebih inklusif dan harmonis.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang memengaruhi sikap moderasi beragama seseorang dari luar dirinya, mencakup lingkungan sosial seperti keluarga, masyarakat, dunia pendidikan, maupun sebuah organisasi, dimana kekuatan pengaruh eksternal ini akan semakin besar terhadap pembentukan sikap moderat seseorang ketika didukung penuh oleh kelompok disekitarnya. Di era sekarang, media sosial dan literasi digital menjadi salah satu bnetuk faktor eksternal yang cukup dominan dalam membnetuk sikap moderasi beragama seseorang, pemanfaatannya dapat berfungsi sebagai sarana

membangun narasi keagamaan yang penuh kedamaian dan toleransi, meski di sisi lain juga menyimpan potensi resiko intoleransi maupun radikalisme apabila disalahgunakan.

e. Teori SOR (Stimulus-Organism-Response Theory)

Teori Stimulus-Organism-Response (SOR) dikembangkan oleh Carl Hovland pada tahun 1953. Hovland merupakan seorang ahli di bidang psikologis yang memperoleh gelar doktor (Ph.D) dari Universitas Yale. Teori SOR pada awalnya berasal dari kajian psikologis, kemudian berkembang dan banyak diterapkan dalam ilmu komunikasi karena kedua disiplin ilmu tersebut memiliki objek materi yang sama, yaitu manusia beserta aspek-aspek kejiwaannya, seperti sikap, pendapat, perilaku, kognitif, afektif, dan konatif.[62]

Teori stimulus-respons pada dasarnya merupakan prinsip pembelajaran sederhana dimana suatu dampak nerupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, teori ini memungkinkan penjelasan mengenai katerkaitan erta antara pesan media dan reaksi audiens.[63] Teori SOR didasarkan pada asumsi bahwa perubahan sikap atau perilaku seseorang sangat dipengaruhi oleh kualitas stimulus yang diterimanya. Stimulus tersebut selanjutnya diproses oleh *organism* sebelum menghasilkan suatu

[62] Onong Unchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Cet. 3 (Bandung Citra Aditya Bakti, 2003) hal. 254-256.

[63] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Edisi Pertama Cet. ke-2 (Kencana Prenada Media Group, 2007), hal. 277.

respons berupa perubahan sikap atau perilaku.[64] Menurut McQuail teori SOR memiliki tiga elemen utama, meliputi:[65]

1. Stimulus (Pesan), yaitu pesan yang disampaikan. Pesan merupakan unsur yang sangat penting dalam proses komunikasi karena menjadi isi atau informasi yang hendak disampikan oleh komunikator kepada komunikator. Pesan memiliki peran sebagai inti dari kumunikator dan komunikan tidak dapat berlangsung.
2. Organism (seorang penerima), yaitu pihak yang menerima stimulus atau pesan yang disampaikan oleh komunikator. Respons yang ditunjukan oleh setiap komunikan terhadap stimulus terseut dapat berbeda-beda, bergantung pada cara individu meresponses dan menanggapinya. Dalam proses pembentukan sikap, terdapat tiga variabel utama yang berperan, yaitu perhatian, pemahaman, dan penerimaan. Ketiga variabel tersebut menajdi faktor penting karena menentukan bagaiaman komunikan memberikan respons setelah menerima suatu stimulus.
3. Respons (Efek), efek merupakan dampak yang timbul dari proses komunikasi, yaitu berupa perubahan sikap atau individu.

[64] Amanda Auraliya Setyawan, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Kualitas Ibadah Shalat Peserta Didik di SMPN 3 Ngaglik" (Universitas Islam Indonesia, 2025), hal. 18.

[65] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, hal. 277.

Perubahan tersebut diawali ketika organisme menerima stimulus yang diberikan. Stimulus yang memperoleh perhatian akan dipahami dan diperoses oleh individu, sehingga menumbuhkan kesiapan untuk bersikap atau bertindak. Selanjtnya, dengan adanya dukungan dari lingkungan serta fasilitas yang memedai, stimulus tersebut dapat menghasilkan respon berupa perubahan perilaku pada individu.

Teori Stimulus Organism Response (SOR) menjelaskna bahwa efektivitas suatu stimulus menentukan apakah stimulus tersebut diterima atau ditolak oleh komunikan (organism). Apabila stimulus diterima, komunikan akan memberikan perhatian, memahami, dan mengolah pesan sehingga menghasilkan respon atau efek yang diharapkan. Sebaliknya, jika stimulus ditolak, proses komunikasi tidak berlanjut sehingga tujuan atau efek yang diharapkan tidak tercapai.

Teori SOR ini menyatakan bahwa perubahan sikap serupa dengan dengan proses pembelajaran. Menurut Hovlad, Janis, dan Kelley, terdapat tiga unsur utama yang perlu diperhatikan dalam mengkaji perubahan sikap, yaitu perhatian, pemahaman, dan penerimaan terhadap pesan. Ketiga unsur tersebut berperan dalam menghasilkan respons yang diharapkan, yakni terjadinya perubahan sikap pada individu tersebut.[66]

[66] Onong Unchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, hal. 256.

2. Kerangka Berikir

Kerangka pikir adalah penjelasan yang teoritis mengenai hubungan beberapa variabel yang akan diteliti.[67]dalam kerangka fikir peneliti harus menguraikan konsep atau variabel penelitiannya secara rinci serta menjelaskan keterkaitannya antara variabel.

Perkembangan media sosial, khususnya Tiktok, telah menjadi salah satu sarana penyebaran informasi dan dakwah yang banyak digunakan oleh masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa. Konten dakwah yang disampaiknan melalui Tiktok memiliki karakteristik yang singkat, menarik, dan mudah dipahami sehingga mampu memengaruhi cara berpikir maupun cara bersikap pengguna.

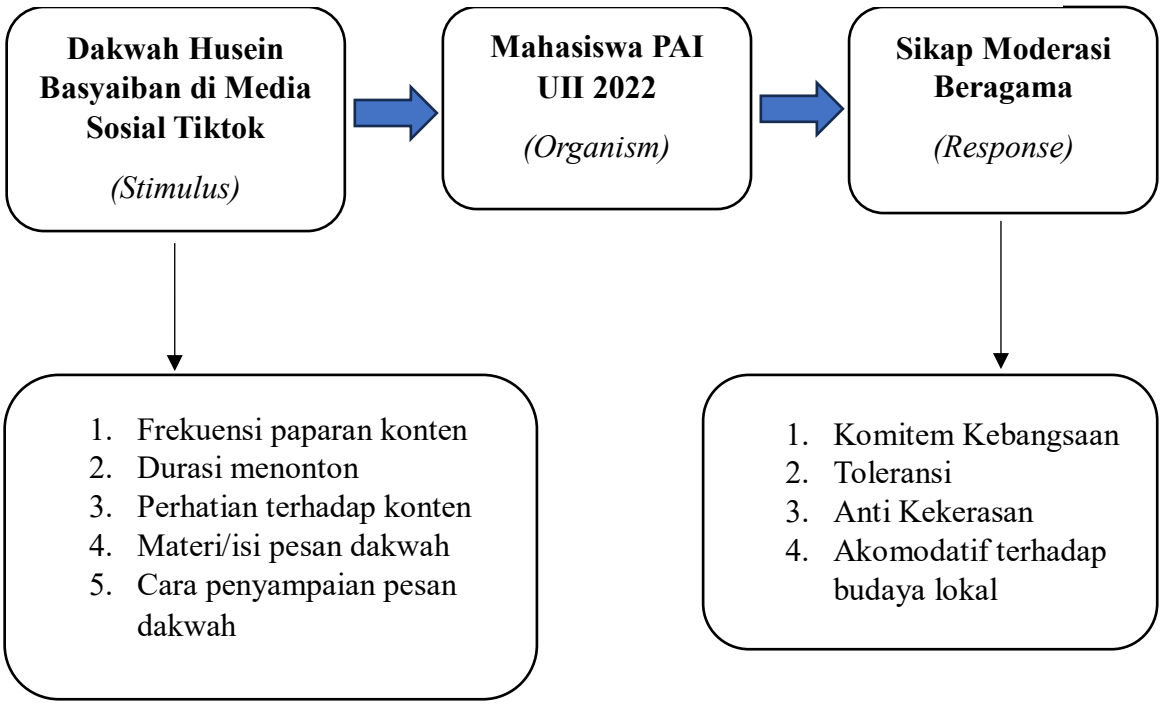
Salah satu konten kreator dakwah yang aktif di Tiktok adalah Husein Basyaiban atau biasa dikenal dengan nama Kadam Sidik. Konten yang disampaikan oleh Husein Basyaiban mengandung sikap toleransi, menghargai perbedaan, serta pemahaman agama yang moderat. Melalui konten tersebut mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial berpotensi dapat menerima dan memahami nilai-nilai moderasi beragama.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel *independent* (variabel X) dan variabel *dependent* (variabel Y). Dakwah Digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok sebagai variabel *independent*, sedangkan sikap moderasi beragama sebagai variabel

[67] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 19 ed. (ALFABETA, 2013).

dependent. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari konten dakwah Husein Basyaiban di media sosial Tiktok yang disampaikan terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII Angkatan 2022.

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban atau dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih harus dibuktikan secara empiris melalui data dan observasi. Berdasarkan teori diatas maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

1. Ha: Terdapat pengaruh antara dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII Angkatan 2022.

2. Ho: Tidak terdapat pengaruh antara dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII Angkatan 2022.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh serta besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut sugiyono metode penelitian kuntitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah didtetapkan.[68]

Tujuan dari melakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh antara variabel X dan Y yaitu pengaruh konten dakwah Husein Basyaiban di media sosial Tiktok terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII 2022. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang merupakan data primer hasil dari penyebaran kuesioner kepada

[68] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta, 2013).

responden. Selanjutnya data yang sudah didapat akan diolah menggunakan program SPSS.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Langkah awal yang dilakukan peneliti sebelum melakukan pengumpulan data adalah menentukan subjek. Menetapkan subjek dalam suatu penelitian merupakan salah satu bagian yang utama, dengan harapan agar tercapai tujuan serta terjamin kualitas isi dari suatu penelitian.[69] Subjek dalam konsep penelitian merujuk pada responden, informan yang hendak dimintai informasinya atau digali datanya. Subjek peneliti meliputi individu, benda, organisme yang dijadikan sumber informan yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Istilah lain dari pengertian subjek penelitian adalah responden, yaitu orang yang memberikan respon atau suatu perlakuan yang diberikan kepadanya.[70]Adapun subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia program studi Pendidikan Agama Islam angkatan 2022

C. Tempat atau Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Indonesia tepatnya di Jalan Kaliurang No. 14,5 Dusun Krawitan, Desa Umbulmartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel

[69] Mochammad Nashrullah dkk., *Metodologi Penelitian Pendidikan* (UMSIDA PRESS, 2023).

[70] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, edisi kedua (Erlangga, 2009).

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja (atribut, sifat atau nilai) yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.[71] Jadi yang dimaksud dengan variabel penelitian dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang dijadikan sebagai objek penelitian yang ditetapkan dan dipelajari sehingga peneliti dapat memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan. Variabel penelitian yang terdapat dalam peneitian kuantitatif dapat dibedakan menajdi dua macam, yaitu:

a. Variabel bebas (*independent variable*)

   Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* (terkait).[72] Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah konten dakwah Husein Basyaiban di media sosial Tiktok

b. Variabel terikat (*dependent variable*)

   Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terkait pada penelitian ini adalah sikap moderasi beragama.

   Jika digambarkan maka paparan konten Husein Basyaiban di media sosial Tiktok sebagai variabel X dan sikap moderasi beragama sebagai variabel Y.

[71] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
[72] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam pembahasan ini adalah sebagai tambahan penjelasan, yakni untuk menghindari kesalahpamahaman dan penafsiran yang terlalu luas dalam penelitian ini, maka perlu dipertegas dan dibatasi istilah-istilah yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian yang digunakan dalam judul ini. Adapun istilah-istilah yang digunakan yaitu:

a. Dakwah Digital

Dakwah adalah ajakan atau seruan kepada umatnya untuk mendorong kepada kebaikan serta mengingatkan umatnya untuk selalu berjalan di jalan yang benar agar meraih kesuksesan di dunia maupun di akhirat. Di era yang sekarang ini teknologi dan informasi sudah sangat maju juga melesat, sehinnga proses penyampain dakwah jadi lebih luas. Proses penyampaian dakwah ini disebut dengan dakwah digital. Dakwah digital merupakan proses penyampaian pesan keagamaan dan ajaran Islam melalui platform di media sosial seperti Tiktok, Instagram, Youtobe dan lain sebagainya. Dengan begitu dakwah bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja juga dengan cara apapun asalkan tetap sesuai dengan ajaran dan syari'at Islam.

Seiring berjalannya waktu, semakin banyak konten kreator yang membahas tentang dakwah Islam di media sosial salah satunya adalah Husein Basyaiban. Beliau dikenal karena ide idenya yang

visioner, dinamis, dan juga cara penyampaian nya yang santai, komunikatif, dan dekat dengan realitas kehidupan anak muda terlebih generasi Z. Dengan begitu konten Husein Basyaiban banyak menginspirasi kaum pemuda pemudi untuk memahami agama dengan lebih baik.

b. Media Sosial Tiktok

Media sosial Tiktok dalam penelitian ini diartikan sebagai platform media sosial berbasis video pendek yang digunakan untuk memperoleh, memahami, dan juga berinteraksi dengan konten yang diminati pengguna. Khususnya untuk orang yang mengakses konten dakwah Husein Basyaiban di platform tiktok. Tiktok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana belajar, penyebaran informasi dan dakwah digital yang mampu memengaruhi pola pikir, pemahaman, dan sikap penggunanya.

Dalam penelitian ini, penggunaan media sosial Tiktok diukur berdasarkan:

1) Intensitas menonton konten dakwah di Tiktok
2) Ketertarikan terhadap isi konten dakwah
3) Pemahaman pesan dakwah yang disampaikan
4) Interaksi pengguna terhadap konten Tiktok
5) Pengaruh konten terhadap sikap dan pemikiran mahasiswa

c. Sikap Moderasi Beragama

Sikap moderasi beragama dalam penelitian ini diartikan sebagai cara pandang, sikap, dan perilaku mahasiswa dalam memahami serta menjalankan ajaran agama secara seimbang, tidak berlebihan, toleran, dan menghargai keberagaman yang ada dilingkungan masyarakat. Moderasi beragama menekankan pada sikap tengah-tenagh dalam beragama, yaitu tidak bersikap ekstrem serta mampu menghornati perbedaan keyakinan, pendapat, budaya, dan kehidupan sosial antar individu.

d. Hubungan dakwah Digital Tiktok dengan moderasi beragama

Dakwah digital di media sosial Tiktok dapat menjadi sarana penyebaran nilai-nilai moderasi beragama kepada generasi muda, khususnya mahasiswa. Dengan adanya dakwah digital yang disampaikan dengan bahasa yang ringan, toleran, dan tidak ekstrem, maka hal tersebut dapat membantu membentuk pemahaman keagamaan yang moderat. Pernyataan tersebut sejalan dengan konten dajwah yang disampaikan oleh Husein Basyaiban melalui media sosial Tiktok yang mengedepankan nilai toleransi, keterbukaan, dan sikap moderasi dalam beragama.

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Dalam penelitian kuantitatif populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang saja, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek tersebut.[73] Seluruh jumlah subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti disebut populasi. Pendapat lain mengatakan bahwa secara harfiah penegertian populasi adala seluruh variabel yang terkait dengan topik penelitian.

Maka dapat disimpulkan populasi merupakan keseluruhan individu yang ada dan sasaran sesungguhnya dari suatu penelitian. Pada penelitian ini yang dijadikan sebagai populasi adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia Prodi Pendidikan Agama Islam (PAI) angakatan 2022 yang berjumlah 92 orang.

Jumlah populasi kurang ari 100 Suharisi arikunto yang menyebutkan: "jika subjek penelitian kurang dari 100 makan dimabil semunya, jika lebih dari 100 maka dapat diambil sampel nya 10-15% atau 20-25%" karna jumlahnya 92 maka yang dan kurnag dari 100 mak dianmbil smeu mnejadi penelitian populasi. Disamping itu dari populasi da persyaratan khusus maka teknik pengmabilan sampel menggunakan purposive karna ada alsana kritr=eria nya

2. Sampel

[73] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi itu sendiri. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).[74] Sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili sifat-sifat populasi keseluruhan agar dapat ditarik suatu pengelompokan. Sampel juga bisa disebut dengan contoh. Nilai hitungan yang diperoleh dari sampel inilah yang disebut dengan statistik. Sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarakan kriteria tertentu. pemilihan purposive sampling pada penelitian ini didasarkan pada kebutuhan untuk memastikan bahwa responden yang menjadi sampel benar-benar memiliki keterpaparan terhadap konten dakwah Husein Basyaiban di Tiktok. Oleh karena itu, penenliti menetapkan kriteria tertentu, adapun kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu:

a. Mahasiswa PAI UII angkatan 2022
b. Aktif menggunakan Tiktok
c. Pernah / sering menonton konten dakwah Husein Basyaiban

F. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto intrumen penelitian merupakan bagian terpenting dan strategis dalam semua kegiatan penelitian. Jenis instrumen penelitian bergantung pada jenis data yang dibutuhkan dan relevansinya dengan masalah penelitian. Instrument penelitian disesuaikan dengan

[74] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 19 ed.

jenis data yang dibutuhkan serta menajdi bagian penting dalam komponen metodologi penelitian, karena instrument penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, dan menyelidiki masalah yang sedang diteliti.[75]

Instrumen penelitian juga dapat diartikan sebagai suatu alat untuk mengumpulkan, memproses, menganalisis, dan menyajikan data secara sistematis dan objektif dengan tujuan memecahkan masalah atau menguji hipotesis. Oleh karena itu, semua alat yang dapat mendukung penelitian dapat disebut instrumen penelitian atau instrumen pengumpulan data. Dapat disimpulkan instrumen merupakan alat yang akan digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang akurat.

Jenis instrumen penelitian ini berisi rangkaian pertanyaan tentang pengaruh konten dakwah Husein Basyaiban di media sosial Tiktok terhadap sikap moderasi beragama yang menjadi pokok penelitian. Alat yang digunakan oleh penelitian dalam penelitian ini adalah kuesoiner dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan menggunakan google form. Pertanyaan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala likert. Skala likert adalah salah satu instrument yang paling banyak digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang atau sekelompok dalam penelitian kuantitatif.[76] Skala likert secara umum menggunakan peringkat lima angka penilaian yaitu:

[75] Hamni Fadlilah Nasution, *Instrumen Penelitian dan Urgensinya dalam Penelitian Kuantitatif*, Vol. 4, No. 1 (2016).

[76] Feri Sulianta, "Skala Likert," t.t.

Tabel 3.1 Skala Likert

Pernyataan Positif *(Favorable)*		**Pernyataan Negatif *(Unfavorable)***	
Jawaban	**Skor**	**Jawaban**	**Skor**
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	4
Netral (N)	3	Netral (N)	3
Setuju (S)	4	Setuju (S)	2
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	1

Keterangan:

a. Skor 5 untuk jawaban yang sangat setuju (SS)

b. Skor 4 untuk jawab setuju (S)

c. Skor 3 untuk jawab netral (N)

d. Skor 2 untuk jawab tidak setuju (TS)

e. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian Variabel X

Dimensi	**Indikator**	**No. Item**		**Jumlah**
		F	**UF**	
Cara Penyampaian Dakwah	Kemasan konten dakwah menarik secara visual dan kreatif	1,2,3	-	3
	Penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan komunikatif	4,5	6	3
Kredibilitas Komunikator	Penguasaan materi keagamaan dan kesesuain sikap dengan	7,8,9	-	3

	dakwah yang disampikan oleh Husein Basyaiban			
Keterikatan Isi Konten / Dakwah	Kesesuian pesan dengan Al-Quran dan Hadist	10,11	-	2
	Sikap moderasi beragama: Komitmen Kebangsaaan	12	13	2
	Sikap moderasi beragama: Toleransi	14,15	-	2
	Sikap moderasi beragama: Anti Kekerasan	16,17	-	2
	Sikap moderasi beragama: akomodatif terhadap budaya lokal.	18,19	-	2
	Relevansi pesan dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa	20,21	-	2
Intensitas Mengakses	Frekuensi dan durasi menonton konten	22,23,24	25	4
	Keaktifan interaksi (like, comment, share, save)	26,27	28	3

Sumber: Dimodifikasi dari pengembangan teori yang ada di dalam penelitian

Tabel 3.3 Instrumen Penelitian Variabel Y

Dimensi	Indikator	No. Item	Jumlah

		F	UF	
Komitmen Kebangsaan	Penerimaan terhadap Pancasila dan NKRI sebagai consensus bersama	1,2,3	-	3
	Kepatuhan terhadap konstitusi dan peraturan negara	4,5	-	2
Toleransi	Penghargaan terhadap perbedaan keyakinan dan madzhab	6,7,8	-	3
	Kesediaan berdialog dan bekerja sama dengan kelompok berbeda	9,10	11,12	4
Anti Kekerasan	Penolakan terhadap kekerasan atas nama agama	13,14,15	-	3
	Preferensi penyelesaian masalah secara damai/dialogis	16,17	-	2
Akomodatif terhadap budaya lokal	Penerimaan tradisi lokal yang tidak bertentangan syariat	18,19,20	21,22	5
	Sikap terbuka terhadap kearifan lokal dalam praktik beragama	23,24	-	2

Sumber: Dimodifikasi dari pengembangan teori yang ada di dalam penelitian

2. Teknik Pengumpulan Data

Data dan informasi yang diperoleh dari penelitian ini dikumpulkan menggunakan:

a. Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah tekmik pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti telah mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur serta memahami hal-hal yang diharapkan dari responden..[77] Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dan dapat diberikan langsung kepada responden melalui internet.

Angket yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, sehingga responden cukup menjawab pertanyaan atau pernyataan dengan pilihan jawaban yang sudah disediakan.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen. Instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur atau dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas dan reliabilitas diperlukan dalam

[77] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

penelitian ilmiah sebagai dasar untuk memastikan bahwa instrumen tersebut benar-benar layak digunakan dalam penelitian.[78]

Sebelum digunakan dalam penelitian yang sebenarnya, instrumen yang telah disusun perlu diuji terlebih dahulu melalaui try out kepada responden yang berbeda, tetapi memiliki karakteristik atau syarat yang sama dengan responden penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti. Hal ini dilakukan untuk memenuhi syarat validitas dan reliabilitas instrumen. Uji istrumen bertujuan untuk mengetahui validitas butir, validitas konstruk, serta reliabilitas skala yang akan digunakan dalam penelitian.[79] Uji validitas sangat diperlukan dalam sebuah penelitian ilmiah guna untuk memastikan bahwa instrumen yang dibuat benar-benar layak digunakan dalam sebuah penelitian.

Uji validitas dilakukan menggunakan bantuan program IBM SPSS melalui teknik korelasi Product Moment Pearson.

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = jumlah responden

∑XY = jumlah hasil perkalian skor X dan Y

∑X = jumlah skor item

[78] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Revisi 5 (PT Rineka Cipta, 2002).

[79] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*.

∑Y = jumlah skor total

∑X² = jumlah kuadrat skor item

∑Y² = jumlah kuadrat skor total

Hasil analisis uji validitas melihat pada nilai kritik hitung, dengan catatan apabila nilai r hitung ≥ r tabel pada taraf signifikansi 5%, maka butir instrumen dapat dikatakan valid, namun jika nilai r hitung ≤ r tabel maka butir instrumen dinyatakan tidka valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran yang menunjukan bahwa instrumen yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat ukur data karena instrumen tersebut sudah baik. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan dalam waktu yang berbeda pada subjek yang memiliki karakteristik yang sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan bantuan program IBM SPSS. Yaitu:

$$\alpha = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right)$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha

k = jumlah item pernyataan

∑Si2 = jumlah varians tiap item

S²t = varians total

Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, instrumen yang telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas dpat digunakan sebagai alat untuk pengumpulan data dalam penelitian.

H. Uji Asumsi (Uji Normalitas, Uji Linearitas, dan Uji Heteroskedastisitas)

1. Uji Normalitas

   Perhitungan uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah subjek penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal dengan baik. Apabila data berdistribusi normal, maka pengujian menggunakan statistic parametik. Namun, jika data tidak berdistribsui normal, maka digunakan statistic nonparametrik.[80] Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogrov Smirnov melalui bantuan aplikasi SPSS versi 26 for windows. Dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi (Sig.) < 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

[80] Singgih Santoso, *Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 12*, Edisi 1 (Elex Media Komputindo, 2005).

Uji linearitas dilakukan dengan mencari persamaan garis regresi antara variabel independen dan dependen.[81] Berdasarkan garis regresi yang telah dibuat, signifikansi koefisien garis regresi dan lineritasnya kemudian diuji memggunakan bantuan IBM SPSS versi 25 for windows. Data pengambilan keputusan dalam uji linerariatas yaitu apabila nilai signifikansi pada *deviation from linearity* > 0,05 maka hubungan kedua variabel dinyatakan linear. Sebaliknya, apanila nilai signifikansi *deviation from linearity* < 0,05 maka hubungan kedua variabel dinyatakan tidak linear.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini, pendeteksian heteroskedistisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser adalah uji hipotesis untuk menentukan apakah model regresi menunjukan heteroskedastisitas dengan meregresikan residual absolut. Dasar pengambilan keputusan menggunakan uji Glejser yaitu apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Namun apabila nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

[81] Universitas Pendidikan Ganesha Pascasarjana, "Aplikasi Komputer untuk Analisis Data," t.t.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang paling penting dalam suatu penelitian, karena melalui analisis data, data yang diperoleh peneliti dapat diolah dan diinterpretasikan menjadi hasil penelitian yang sesuai dengan kaidah ilmiah. Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Melalui data kuantitatif dapat dijelaskan bahwa pengaruh dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI dapat diukur menggunakan angka.

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam pelaksanaan penelitian ini yaitu analisis statistik inferensial. Analisis inferensial adalah teknik untuk menarik kesimpulan guna menggambarkan karakteristik populasi yang diwakili oleh sampel penelitian.[82] Penelitian ini menggunakan statistik regresi linear sederhana. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan *IBM SPSS versi 25 for windows*. Rumus yang digunakan yaitu:

$Y = a + bX$

Keterangan:

Y = variabel terikat (sikap moderasi beragama)

X = Variabel bebas (konten dakwah di Tiktok)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

[82] Abigail Soesana dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yayasan Kita Menulis, 2023).

Dasar pengembilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak, yang berarti terdapat pengaruh Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosiak Tiktok terhadap sikap Moderasi Beragama Mahasiswa PAI. Sebaliknya apabila nilai signifikansi > 0,05 maka Ha ditolak Ho diterima.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

   Penelitian ini di laksanakan di Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Secara geografis, program studi ini beralamat di Gedung K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII Jl. Kaliurang 14,5 Sleman Yogyakarta, dan telah mendapatkan akreditas unggul dari LAMDIK (Lembaga Akreditasi Resmi Program Studi Kependidikan) berdasarkan Surat Keputusan Nomor: 414/SK/LAMDIK/AK/S/III/2025.

2. Visi, Misi, dan Tujuan

   a. Visi

      Visi keilmuan Program Studi Pendidikan Agama Islam "Menjadi Inspirator dalam pengembangan Pendidikan Agama Islam berdasarkan teori pendidikan profetik-transformatif dan edupreneurship."

   b. Misi

      Misi Program Studi Pendidikan Agama Islam

      1) Mengembangkan ilmu Pendidikan Agama Islam berbasis nilai profetik-transformatif dan edupreneurship.

2) Menyelenggarakan proses pengajaran yang terintegrasi dengan penelitian, pengabdian kepada masyarakat, dan dakwah Islamiyah
3) Menyediakan tata Kelola dan menciptakan atmosfir akademik yang kredibel, akuntabel, adaptif, dan humanis.
4) Membangun dan mengembangkan kerjasana dalam rangka skala nasional maupun internasional.

3. Tujuan

a. Membentuk lulusan yang memiliki kompetensi sebagai pendidik, dan edupreneur dengan paradigma berfikir integrative dan berwawasan global yang berkepribadian *credible, creative, confident, communicative, dan uswah.*
b. Menghasilkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang Pendidikan Agama Islam yang inspiratif berdasarkan nilai profetik-tranformatif dan edupreneurship.
c. Menyebarkan hasil penelitian dan pengabdianmasyarakat yang terintegrasi dalam proses pendidikan berdasarkan nilai profetik-transformatif guna mengembangkan masyarakat yang berdaya saing.

4. Sarana dan Prasarana PAI UII

Adapun sarana dan prasarana Program Studi Pendidikan Agama Islama Universitas Islam Indonesia sebagai berikut: Laboratorium Microteaching, Ruang Rapat Prodi PAI, Ruang Praktik, Ruang Dosen

PAI, Laboratorium PAI, *One Way Mirror*, Kamera Perekam, *Audio System,* Ruang Observer, Ruang Operator, Ruang Tunggu, Akses *Wif00069*

B. Tahap Pelaksanaan

1. Uji Instrumen

Instrumen yang akan dilakukan dalam penelitian ini berupa angket tertutup dengan skala likert yang terdiri dari Variabel Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok (X), dan Variabel Sikap Moderasi Beragama Mahasiswa (Y).

Sebelum angket ini disebarkan kepada responden utama, maka terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen untuk mengetahui tingkat validitas dan reliablitias dari setiap butir pernyataan yang sudah disusun. Uji coba kuesioner ini dilakukan kepada mahasiswa PAI UII angkatan 2023 sebanyak 36 mahasiswa berpartisipasi dengan mengisi kuesioner yang telah disusun oleh peneliti. Namun, karena penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu, maka hanya 32 responden yang memenuhi kriteria penelitian dan digunakan dalam uji instrumen. Sementara itu, 4 responden lainnnya tidak diikutsertakan dalam analisis karena tidak memenuhi kriteria, yaitu belum pernah menonton konten dakwah Husien Basyaiban. Pengelolalaan data menggunakan bantuan *SPSS 25 for windows.*

a. Uji Validitas

Uji Validitas ini dihitung dengan menggunakan Teknik kolerasi pearson product moment melalui bantuan aplikasi SPSS versi 25. Pengujian tersebut melibatkan perbandingan antara nilai r-hitung > r-tabel dan tingkat signifikasi (Sig.) < 0,05 maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.[83]

Pada penelitian ini, peneliti menguji 28 item pernyataan untuk variabel X dan 24 item pernyataan untuk Variabel Y. Uji ini dilakukan pada mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Indonesia Angkatan 2023-2024 dengan jumlah 35 responden, 32 responden pernah menonton Dakwah Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok, sedangkan 3 responden tidak pernah menonton Dakwah Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok. Pemilihan responden ini didasrkan pada kemiripan karakteristik dengan responden utama agar hasil yang didapatkan lebih representatif.

1) Hasil Uji Validitas Variabel Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok (X)

   Dari hasil uji validitas pada 28 butir pernyataan Variabel X, di dapatkan 26 butir dinyatakan valid, dan 2 butir tidak valid, karena nilai r-hitung < r-tabel dan Sig. > 0,05. Nilai r-tabel pada

[83] Sahid Raharjo, *Video Tutorial Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS Lengkap*, 2025, Youtobe 2019, https://youtu.be/ouSIm3mnFKs?feature=shared.

N = 32 dengan signifikansi 5% adalah 0,349. Adapun hasil uji validitas dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variable X

No	r-hitung	r-tabel 5% (32)	Kriteria
1	0,549**	0,349	Valid
2	0,633**	0,349	Valid
3	0,683**	0,349	Valid
4	0,731**	0,349	Valid
5	0,757*	0,349	Valid
6	0,356*	0,349	Valid
7	0,644**	0,349	Valid
8	0,621**	0,349	Valid
9	0,489*	0,349	Valid
10	0,730**	0,349	Valid
11	0,352*	0,349	Valid
12	0,778**	0,349	Valid
13	0,216	0,349	Tidak Valid
14	0,740**	0,349	Valid
15	0,804**	0,349	Valid
16	0,705**	0,349	Valid
17	0,801**	0,349	Valid
18	0,724**	0,349	Valid
19	0,563**	0,349	Valid
20	0,447*	0,349	Valid
21	0,580**	0,349	Valid
22	0,378*	0,349	Valid
23	0,280	0,349	Tidak Valid
24	0,609**	0,349	Valid
25	0,486**	0,349	Valid

26	0,501**	0,349	Valid
27	0,460**	0,349	Valid
28	0,419*	0,349	Valid

Sumber: Olah data menggunakan SPSS versi 25.

2) Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Moderasi Beragama Mahasiswa (Y)

Untuk Variabel Y, terdapat 24 item pernyataan, setelah di uji validitas diperoleh 22 item pernyataan valid, dan 2 Item tidak valid. Berikut tabel hasil uji validitas untuk Variabel Y.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y

No	r-hitung	r-tabel 5% (32)	Kriteria
1	0,620**	0,349	Valid
2	0,765**	0,349	Valid
3	0,466**	0,349	Valid
4	0,653**	0,349	Valid
5	0,604**	0,349	Valid
6	0,730**	0,349	Valid
7	0,807**	0,349	Valid
8	0,742**	0,349	Valid
9	0,567**	0,349	Valid
10	0,416**	0,349	Valid
11	0,451**	0,349	Valid
12	0,426*	0,349	Valid
13	0,215	0,349	Tidak Valid
14	0,686**	0,349	Valid
15	0,819**	0,349	Valid
16	0,546**	0,349	Valid
17	0,819**	0,349	Valid

18	0,778**	0,349	Valid
19	0,847**	0,349	Valid
20	0,760**	0,349	Valid
21	0,532**	0,349	Valid
22	0,318	0,349	Tidak Valid
23	0,642**	0,349	Valid
24	0,785**	0,349	Valid

Sumber: Olah data menggunakan SPSS versi 25

b. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, langkah berikutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian memberikan hasil yang konsisten yang dapat dipercaya. Uji ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* melalui bantuan aplikasi *SPSS versi 25.*

Menurut Sahid Raharjo, suatu instrument dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Semakin mendekati angka nilai tersebut, semakin tinggi reliabilitas instrumen tersebut.[84] Adapun kriteria penilaian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Kriteria Penilaian Reliabilitas

Nilai Alpha	Kategori Reliabilitas
> 0,90	Reliabilitas Sangat Tinggi
0,70 - 0,90	Reliabilitas Tinggi
0,50 - 0,70	Reliabilitas Sedang
< 0,50	Reliabilitas Rendah

[84] Sahid Raharjo, *Video Tutorial Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS Lengkap*.

Sumber: Binus University Quality Management Center

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	26

Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	22

Sumber: olah data menggunakan SPSS versi 25.

Hasil uji Reliabilitas dari tabel diatas menunjukan bahwa Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok (X) menunjukan bahwa dari 26 item yang valid, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,921. Nilai ini berada pada rentang > 0,90, sehingga termasuk dalam kategori "sangat tinggi". Artinya, instrument untuk variabel X memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik dan dapat dipercaaya sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Hasil uji reliabilitas pada Variabel Sikap Moderasi Beragama Mahasiswa (Y) yang terdiri dari 22 item valid, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,932. Maka nilai ini dikategorikan "sangat tinggi", karena nilai ini berada pada rentang > 0,90. Hal tersebut menunjukan bahwa instrumen pada Variabel Y memiliki reliabilitas yang sangat tinggi dan layak digunakan dalam pengambilan data penelitian.

Dengan demikian, kedua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini baik Variabel X maupun Variabel Y telah memenuhi kriteria reliabilitas dan dinyatakan layak sebagai alat pengumpul data.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi

Data yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022. Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak akademik, jumlah populasi sebanyak 89 mahasiswa. Kuesioner disebarkan kepada seluruh populasi tersebut, hingga batas waktu pengumpulan. Data yang diperoleh sebanyak 80 responden yang mengisi kuesioner secara lengkap sehingga memenuhi syarat untuk dianalisis. Sementara itu, 9 mahasiswa belum berpartisipasi dalam penelitian karena tidak memberikan respons hingga batas waktu pengumpulan data, yang antara lain disebabkan oleh keterbatasan akses komunikasi sehingga peneliti mengalami kesulitan untuk menjangkau responden tersebut. Namun, karena penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu, maka hanya 65 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Sementara itu, 15 responden lainnnya tidak diikutsertakan dalam analisis karena tidak memenuhi kriteria, yaitu belum pernah menonton konten dakwah Husien Basyaiban. Selanjutnya, sebelum pengujian hipotesis, data penelitian ini di uji terlebih dahulu melalui uji asumsi

yang mencakup uji normalitas, uji linearitas, dan uji hetereskedastisitas. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi yang disyaratkan bagi analisis regresi linear sederhana, sehingga menjamin validitas statistik dari hasil analisis tersebut.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui seberapa data berdistribusi normal atau dimabil dari populasi data normal. Sehingga untuk menentukan apakah variabel X (dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok) dan variabel Y (sikap moderasi beragama) berdistribusi normal, pengujian normalitas menggunakan *IBM SPSS 25 for windows*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 65 data orang sehingga pungujian normalitas menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov* karena responden pada penelitian ini >50. Adapun hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.27450531
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.060
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.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.

Sumber: olah data menggunakan SPSS versi 25.

Dapat dilihat hasil uji normalitas pada kolom *One Sample Kolmogrov-Smirnov* Test, dan diperoleh nilai Asymp. Sig. (2 tailed) sebesar 0,200, yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,200>0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penenlitian ini berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear, sejajar, atau searah antara variabel X (dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok) dan variabel Y (sikap moderasi beragama). Pengujian ini dilakukan menggunakan *IBM SPSS Statistic 25 for windows.* Dasar pengambilan uji linearitas apabila nilai *Deviation from Linearity* sig > 0,05 maka dapat dikatakan linear. Berikut hasil pengujian linearitas.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	3236.746	32	101.148	1.147	.350
		Linearity	552.393	1	552.393	6.267	.018
		Deviation from Linearity	2684.353	31	86.592	.982	.519
	Within Groups		2820.700	32	88.147		
	Total		6057.446	64			

Sumber: olah data menggunakan SPSS versi 25

Dari hasil tabel diatas, diketahui *Deviation from Linearity* memiliki nilai Sig sebesar 0,519. Nilai ini lebih besar dari 0,05 (0,519 > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel X dan variabel Y. Selain itu, nilai Sig. pada baris Linearity sebesar 0,018 (<0,05) juga menunjukan bahwa hubungan linear antara kedua variabel tersebut signifikansi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisatas. Adapun kriteria pengambilan keputusan, yaitu apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Sig>0,05) maka tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila nilai siginifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig<0,05) maka dinyatakan terjadinya gejala heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.658	6.406		2.288	.026
	X	-.078	.067	-.146	-1.175	.244

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: olah data menggunakan SPSS versi 25

Dari hasil tabel diatas diketahui bahwa, diperoleh nilai signifikansi variabel X sebesar 0,244. Karena nilai tersebut lebih

besar dari 0,05 (0,244>0,05), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini, atau dengan kata lain model regresi bersifat hemoskedastisitas atau konstan.

4. Uji Regresi Linear Sederhana

a. Persamaan Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y. pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *SPSS versi 25*. Melalui pengujian ini, diperoleh koefisien untuk menyusun persamaan regresi linear sederhana yang ringkasnya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	63.855	10.347		6.171	.000
	X	.271	.108	.302	2.514	.014

a. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data menggunakan SPSS versi 25

Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 63{,}855 + 0{,}271X$$

Persamaan tersebut menunjukan bahwa:

1) Nilai konstanta sebesar 63,855 menunjukan bahwa jika variabel X dianggap konstan atau bernilai 0, maka nilai variabel Y adalah sebesar 63,855.

2) Nilai koefisien regresi X sebesar 0,271 dan bertanda positif, menunjukan bahwa variabel X memiliki pengaruh yang searah terhadap variabel Y. Artinya, setiap terjadi peningkatan satu satuan pada variabel X, maka variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,271, dengan asumsi variabel lain dianggap tetap (konstan).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Fungsi koefisien determinasi untuk mengukur besaran pengaruh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil dari nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.302[a]	.091	.077	9.348

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: olah data menggunakan SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, menunujukan bahwa nilai R Square sebesar 0,091 menunjukan bahwa variabel X mampu menjelaskan variasi pada variabel Y sebesar 9,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi atau pengaruh variabel X terhadapa variabel Y tergolong kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun variabel X terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, namun masih terdapat banyak faktor lain

sebesar 90,0% diluar variabel X yang turut memengaruhi tingkat moderasi beragama pada responden penelitian ini.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada regresi linear sedehana digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y. Untuk itu peneliti mengajukan hipotesis dalam regresi linear sederhana sebagai berikut:

a. Ha: Terdapat pengaruh antara dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII Angkatan 2022.
b. Ho: Tidak terdapat pengaruh antara dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII Angkatan 2022.

Untuk mengetahui hipotesis dapat diterima atau ditolak dalam analisis regresi linear sederhana dengan dasar pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikansi. Dasar pengambilan keputusan apabila nilai Sig. < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh variabel Y, jika nilai Sig. > 0,05 maka dapat disimpulkan tidak ada pengaruh terhadap variabel Y. hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel *coefficients* dibawah ini.

Tabel 4. 10 Coefficients

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	63.855	10.347		6.171	.000
	X	.271	.108	.302	2.514	.014

a. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data menggunakan SPSS versi 25

Dari tabel *coefficients* di atas menunjukan nilai yang diperoleh t hitung sebesar 2.514 dengan nilai signigikansi sebesar 0,014. Karena nilai tersebut kurang dari 0,05 (0,014 < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X (dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok) terhadap variabel Y (sikap moderasi beragama). Maka dapat diartikan: Ha diterima, dan Ho ditolak.

Berdasrkan tabel hasil hipotesis artinya dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok secara signifikan berpengaruh terhadap sikap moderasi beragama. Kesimpulannya dapat dikatakan bahwa dakwah yang disampaikan Husein Basyaiban di Tiktok dapat membentuk atau memengaruhi sikap moderasi beragama seseorang.

D. Pembahasan

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh dakwah digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok dan juga untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi Sikap Moderasi Beragama Mahasiswa PAI UII Amgkatan 2022. Penelitian ini telah dilakukan dengan melalui beberapa langkah. Langkah awal yang dilakukan adalah pengujian instrumen penelitian, yaitu melalui uji validitas dan reliabilitas. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan pada kuesioner benar-

benar mampu mengukur variabel yang diteliti secara akurat dan konsisten. Uji instrumen penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa PAI UII angkatan 2023 sebanyak 36 mahasiswa berpartisipasi dengan mengisi kuesioner yang telah disusun oleh peneliti. Namun, karena penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penetuan sampel berdasarkan kriteria tertentu, maka hanya 32 responden yang memenuhi kriteria penelitian dan digunakan dalam uji instrumen. Sementara itu, 4 responden lainnnya tidak diikutsertakan dalam analisis karena tidak memenuhi kriteria, yaitu belum pernah menonton konten dakwah Husien Basyaiban. Pemilihan responden uji coba tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa angkatan 2023 memiliki karakteristik yang relatif serupa dengan responden penelitian yang sebenarnya, yakni sama-sama tergolong dalam kategori generasi Z dan juga pernah mengikuti mata kuliah Fiqh Kontemporer yang dimana membahas tentang moderasi beragama. Kesamaan tersebut diasumsikan turut memengaruhi kemiripan pola pikir, sudut pandang dan kecenderungan dalam memberikan repons terhadap butir-butir pernyataan pada instrumen penelitian, sehingga hasil uji coba instrumen dapat mempresentasikan kondisi responden penelitian yang sesungguhnya secara lebih akurat.

Hasil uji validitas menunjukan bahwa dari seluruh butir pernyataan yang diuji, terdapat 4 butir soal yang dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai r hitung < r tabel. Pada variabel X (dakwah digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok) item yang tidak valid adalah item nomor 13 dan 23,

sedangkan pada variabel Y (sikap moderasi beragama) item yang tidak valid adalah item nomor 13 dan 22, berdasarkan temuan tersebut, keempat item tersebut dihilangkan dan tidak diikutsertakan dalam instrumen final yang digunakan untuk pengambilan data pada responden penelitian. Sementara itu, hasil uji reliabilitas menunjukan bahwa keseluruhan instrumen dinyatakan reliabel, sebab nilai *Cronbanch's Alpha* yang diperoleh berada di atas ambang batas minimum yang ditetapkan, yaitu 0,70.

Setelah instrumen dinyatakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, tahapan berikutnya adalah pelaksanaan uji asumsi klasik sebagai syarat sebelum dilakukannya analisis regresi linear sederhana. Uji asumsi klasik yang dimaksud terdiri atas uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil pengujian dari uji normalitas menunjukan bahwa data penelitian berdistribusi normal, dengan nilai signifikansi pada uji Kolmogrov-Smirnov sebesar 0,200, yang mana nilai tersebut berada diatas nilai nilai ambang 0,05.

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai *Deviation from Linearity* untuk hubungan antara variabel dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial tiktok dengan sikap moderasi beragama sebesar 0,519. Nilai ini lebih besar dari 0,05 (0,519 > 0,05), maka dapat dinyatakan bahwa hubungan antara variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini memenuhi asumsi linearitas. Selanjutnya, hasil uji heteroskedastisitas menunjukan bahwa nilai signifikansi pada variabel dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok adalah sebesar 0,244. Nilai tersebut lebih dari 0,05, jadi

dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak menunjukan adanya gejala heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya seluruh uji asumsi klasik tersebut, maka analisis regresi linear sederhana dapat dilanjutkan untuk keperluan pengujian hipotesis penelitian.

Nilai koefisien regresi yang positif mengindikasikan bahwa semakin baik atau semakin intensif penerimaan konten dakwah digital tersebut, semakin tinggi pula tingkat sikap moderasi beragama yang ditunjukan oleh mahasiswa. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Mildah dan Khairudin yang menunjukan bahwa konten dakwah Husein Basyaiban mampu memberikan pengaruh positif terhadap perubahan siakp religiusitas Generasi Z.[85] meskipun penelitian tersebut berfokus pada sikap religiusitas secara umum dengan pendekatan kualitatif, kedua penelitian ini sama-sama membuktikan bahwa paparan konten dakwah digital Husein Basyaiban efektif dalam memengaruhi sikap keberagaman generasi muda.

Pengaruh positif ini juga dapat dijelaskan melalui pendekatan proses belajar sosial (*social learning*), dimana individu cenderung meniru dan mengadopsi nilai, sikap, maupun pandangan dari figur atau tokoh yang dianggap kredibel dan mereka ikuti secara konsisten di media sosial. Dalam konteks ini, Husien Basyaiban sebagai figur pendakwah digital yang aktif menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan pendekatan yang lembut, membumi, dan menyentuh hati, beliau tidak sekedar tampil sebagai

[85] Mildah dan Khairuddin, *Dakwah Tiktok: Eksplorasi Perubahan Sikap Religiusitas Gen Z Melalui Konten Husein Basyaiban*.

penceramah, tetapi sebagai sahabat rohani bagi para pengikutnya. Kontennya sering membahas hal-hal sederhana seperti pentingnya menjaga hati, sabar dalam mengahdapi ujian hidup, hingga makan hijrah yang sejati. Pendekatan seperti inilah yang secara tidak langsung mencerninkan nilai-nilai moderasi yakni tidak ekstrem, tidak menggurui, dan mengedepankan kelembutan.

1. Pengaruh Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok terhadap Sikap Moderasi Beragama

   Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (uji t) yang telah dilakukan, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,514 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,998, dengan nilai signifikansi sebesar 0,014 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa dakwah digital Husein Basyiaban di media sosial Tiktok berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII Angkatan 2022.

   Selain itu, gaya penyampaian dakwah yang kontekstual dan sesuai dnegan karakteristik generasi Z yang cenderung menyukai konten ringan, visual, dan tidak menggurui, turut menjadi faktor yang memperkuat efektivitas pesan dakwah dalam memengaruhi berpikir mahasiswa. Dengan pendekatan komunikasi yang relevan dengan gaya hidup digital mahasiswa saat ini, pesan-pesan moderasi beragama yang disisipkan dalam konten dakwah tersbeut menjadi lebih mudah diterima,

dipahami, dan pada akhirnya diinternalisasikan dalam sikap keberagama sehari-hari.

Temuan ini juga dapat dijelaskan secara teoritis melalui Teori Stimulus Organism Response (SOR) yang dikembangkan oleh Hovland.[86] Dalam kerangka teori ini, proses terbentuknya sikap moderasi beragama pada mahasiswa dapat dipahami melalui tiga tahapan yang saling berkaitan, yaitu:

a. *Stimulus* (pesan)

   Konten dakwah yang disampaikan oleh Husein Basyaiban melalui akun Tiktok @kadamsidik00 berperan sebagai stimulus dalam proses komunikasi ini. Pesan dakwah yang disampaikan dengan gaya bahasa ringan dan kekinian menjadikan konten tersebut sebagai stimulus yang relevan dengan karakteristik audiens generasi muda, khususnya mahasiswa sebagai generasi Z. Kualitas stimulus ini turut didukung oleh prinsip kekayaan media, dimana video Tiktok mampu menggabungkan unsur suara, ekspresi, dan visual secara bersamaan sehingga pesan dakwah lebih mudah dipahami dan dirasakan secara emosional oleh audiens.

b. *Organism* (Mahasiswa PAI UII Angkatan 2022)

   Mahasiswa PAI sebagai komunikan atau penerima stimulus melakukan proses pengolahan pesan yang melibatkan tiga tahap,

[86] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*.

yaitu perhatian, pemahaman, dan penerimaan. Aksebilitas Tiktok yang tinggi serta karakteristik algoritma memungkinkan konten dakwah Husein Basyaibam menjangkau mahasiswa secara berulang dan konsisten, sehingga meningkatkan intensitas perhatian mereka terhadap pesan yang disampaikan. Ketika stimulus tersebut diterima dengan baik, mahasiswa akan memproses dan menginternalisasi nilai-nilai moderasi yang terkandung dalam pesan dakwah tersebut ke dalam struktur kognitif, afektif, dan konatif mereka.

c. *Respons*e (Perubahan Sikap)

Hasil pemrosesan stimulus tersebut pada akhirnya menghasilkan respons berupa perubahan atau penguatan sikap, yang dalam penelitian ini tercermin dari terbentuknya sikap moderasi beragama mahasiswa. Hasil uji t yang menunjukan pengaruh signifikansi ini secara empiris mengonfirmasi bahwa stimulus dakwah digital yang diterima secara efektif dapat menghasilkan respons berupa peningkatan sikap moderat dalam beragama, sebagaimana yang dijelaskan dalam Teori SOR bahwa efektivitas stimulus akan menentukan diterima atau ditolaknya pesan oleh komunikan, yang pada gilirannya memengaruhi respons yang dihasilkan.

Adanya pengaruh yang signifikan menunjukan bahwa konten dakwah pada akun @kadamsidik telah memenuhi kriteria konten dakwah yang baik, yaitu relevan dengan karakteristik audiens, dikemas secara menarik dan kekinian, serta memanfaatkan kekayaan media

(media *richness*) berupa audio, visual, dan ekspresi yang memudahkan pesan dipahami dan dirasakan secara emosional oleh mahasiswa. Kualitas stimulus inilah yang menajdi faktor pendorong utama terjadinya pengaruh, meskipun intensitas dan keteraturan paparannya belum optimal karen atergantung pada mekanisme algoritma FYP yang bersifat insidental.

Dalam mengukur sikap moderasi beragama mahasiswa, peneliti menggunakan indikator yang dirumuskan oleh Kementrian Agama RI, yaitu komitmen kebangsaan, toleransi, anti kekerasan, dan akomodatif terhadap kebudayaan lokal. Pemilihan indikator ini didasrkan pada beberapa pertimbangan akademik yang kuat. Pertama, indikator tersebut merupakan rumusan resmi negara yang dituangkan dalam dokumen "Moderasi Beragama" terbitan kementrian Agama RI, sehingga memiliki legitimasi kelembagaan dan telah menjadi rujukan utama dalam kebijakan keagamaan nasional. Kedua, indikator ini dirancang secara kontekstual untuk masyarakat Indonesia yang plural dari segi suku, agama, dan budaya, sehingga lebih relevan dibandingkan konsep *religious moderation* dari literatur barat yang umumnya tidak mengakomodasi dimensi kebangsaan dan kearifan lokal. Ketiga, penggunaan indikator resmi pemerintah memberikan nilai kebermanfaatn praktis bagi penelitian ini, karena hasilnya berpotensi menjadi bahan evaluasi maupun rekomendasi bagi lembaga pendidikan

dan pemangku kebijakan dalam merancang strategi penguatan moderasi beragama melalui media digital.

2. Koefisien Determinasi dan Faktor-Faktor lain yang Memengaruhi Sikap Moderasi Beragama

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai R square sebesar 0,091. Hal ini menunjukan bahwa variabel X (dakwah digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok) mampu menjelaskan variasi pada variabel Y (sikap moderasi beragama) sebesar 9,1%, sedangkan sisanya sebesar 90,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel X yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kecilnya kontribusi ini dapat dijelaskan melalui tahap Organism dalam kerangka teori *Stimulus Organism Response*. Secara teoritis, proses pengolahan pesan oleh komunikan yang meliputi tahap perhatian, pemahaman, dan penerimaan, akan berjalan optimal apabila stimulus diterima secara berkala dan konsisten. Artinya, sebuah pesan media masa idealnya disebarluaskan kapada khalayak secara tetap, misalnya setiap hari, setiap minggu, atau pada jam-jam tertentu, sehingga intensitas paparan terhadap khalayak dapat terjaga dan proses internalisasi pesan berlangsung secara maksimal.

Karakteristik algoritma Tiktok, khususnya fitur FYP, memang memungkinkan konten dakwah Husein Basyaiban menjangkau mahasiswa secara berulang. Namun, keberlangsungan tersebut bersifat insidental dan tidak terjadwal, karena kemunculan konten pada beranda

pengguna sepenuhnya bergantung pada sistem rekomendasi algoritma, bukan pada kesenjangan atau keteraturan akses dari mahasiswa sebagai penerima pesan. Denagn kata lain mahasiswa PAI UII angakatan 2022 menonton konten tersebut hanya pada saat konten itu muncul di FYP mereka, tanpa pola waktu yang tetap sebagaimana disyaratkan agar sebuah stimulus dapat diterima dan diproses secara optimal.

Kondisi ini berbeda dengan karakteristik penyebaran pesan di media massa konvensional, yang umumnya diancang untuk tayang secara terjadwal dan berulang dalam rentang waktu tertentu. Akibatnya, meskipun tahap organism yaitu perhatian, pemahaman, dan penerimaan pesan, tetap berlangsung pada diri mahasiswa, intensitas dan keteraturan paparan yang rendah menyebabkan proses internalisasi nilai-nilai moderasi beragama kedalam stuktur kognitif, afektif, dan konotatif mahasiswa menjadi kurang maksimal. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor penyebab rendahnya pengaruh variabel dakwah digital Husein Basyaiban terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa pada penelitian ini.

Meskipun kontribusi variabel X tergolong kecil, namun pengaruh tersebut tetap terbukti signifikan secara statistik. Kecilnya nilai R square ini dapat dipahami karena sikap moderasi beragam merupakan konstruksi psikologis yang kompleks dan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja. Sebagaimana dijelaskan dalam kajian teori, Saifudin Azwar menyatakan bahwa pembentukan sikap seseorang dipengaruhi

oleh berbagai faktor, yaitu faktor internal dan eksternal, seperti pengalaman pribadi pengaruh orang-orang yang dianggap penting, kebudayaan, media massa, lembaga pendidikan, dan lembaga keagamaan.[87] Demikian pula dalam pembentukan sikap moderasi beragama, terdapat faktor internal seperti kepribadian, kesadaran keagaamaan, dan motivasi, serta faktor eksternal seperti lingkungan keluarga, masyarakat, pendidikan, dan media sosial.

Dalam konteks faktor eksternal, dakwah digital di media sosial Tiktok merupakan salah satu faktor yang turut berkontribusi dalam membentuk sikap moderasi beragama mahasiswa. Hal ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa di era sekarang, media sosial dan literasi digital menjadi salah satu bentuk faktor eksternal yang cukup dominan dalam membentuk sikap seseorang termasuk sikap moderasi beragama. Pemanfaatannya dapat berfungsi sebagai sarana membangun narasi keagamaan yang penuh kedamaian dan toleransi.

[87] Saifudin Azwar dalam Eliza Virginia, "Pengaruh Sikap, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Keaamanan dalam Minat Menggunakan Jasa Layanan Go-jek," hal. 23.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian mengenai Pengaruh Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok Terhadap Sikap Moderasi Beragama Mahasiswa PAI UII angkatan 2022, peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan anatara dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok dan sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII Angkatan 2022, yang dapat dibuktikan oleh nilai signifikansi sebesar 0,014 < 0,05.
2. Besar pengaruh dakwah digital Husein Basyaiban di media sosial Tiktok terhadap sikap moderasi beragama mahasiswa PAI UII Angkatan 2022 sebasar 9,1%, sedangkan sisanya sebesar 90,9% merupakan faktor lain yang tidak diteliti. Asumsinya berupa faktor internal seperti kepribadian, kesadaran keagaamaan, dan motivasi, serta faktor eksternal berupa lingkungan keluarga, masyarakat, pendidikan, dan media sosial.

B. Saran

Berdasarkan data hasil penelitian dan kesimpulan di atas maka saran yang dapat disampaikan peneliti diantaranya:

1. Bagi Mahasiswa

   Mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan media sosial, khususnya Tiktok secara bijak dan selektif dalam mengonsumsi konten dakwah

digital. Meskipun konten dakwah seperti yang disampaikan oleh Husein Basyaiban terbukti berpengaruh positif terhadap sikap moderasi beragama, mahasiswa tetap perlu mengimbanginya dengam sumber belajar keagamaan lain yang lebih mendalam, seperti kajian tetap muka, diskusi keilmuan, maupun literatur keagaamn formal, agar pemahaman moderasi Bergama yang terbentuk lebih komprehensif dan tidak hanya bersifat permukaan.

2. Bagi Konten Kreator atau Da'i Digital

   Mengingat besarnya pengaruh dan jangkauan dakwah digital di media sosial Tiktok, para da'i, termasuk Husein Basyaiban, disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas konten yang mengedepankan nilai-nilai toleransi, keterbukaan, dan moderasi beragama. Konten yang dikemas secara kreatif, ringan, dan kontekstual dengan kehidupan generasi muda perlu terus dikembangkan agar pesan-pesan moderasi dapat lebih mudah diterima dan diinternalisasikan oleh audiens, khususnya mahasiswa.

3. Bagi Program Studi PAI / Institusi Pendidikan

   Program Studi PAI diharapkan dapat mengintegrasikan pemanfaatan dakwah digital sebagai salah satu sarana pendukung dalam penguatan moderasi beragama mahasiswa, misalnya melalui diskusi kelas yang mengangkat konten-konten dakwah digital sebagai bahan analisis kritis. Selain itu, institusi pendidikan juga perlu terus memperkuat pembelajaran moderasi beragama secara formal, mengingat hasil

penelitian menunjukan bahwa kontribusi dakwah digital terhadap sikap moderasi beragama masih tergolong kecil, sehingga faktor pendidikan formal tetap memegang peran penting.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Mengingat nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini hanya sebeasr 9,1%, yang berarti masih terdapat 90,9% faktor lain diluar variabel dakwah digital yang memengaruhi sikap moderasi beragama, peneliti selanjutnta disarankan untuk:

   a. Menambahkan atau memperluas indikator moderasi beragama yang digunakan. Penelitian ini menggunakan empat indikator dari Kementrian Agama RI (komitmen kebangsaan, toleransi, anti kekerasan, dan akomodatif terhadap budaya lokal). Peneliti selanjutnya harap dapat memperkaya instrumen penelitian dengan mengacu pada Pesan Bogor, yaitu komitmen umat Islam untuk menjunjung tinggi konsep Wasathiyah Islam, yang disepakati oleh sekitar 100 tokoh Islam, ulama, dan cendikiawan Muslim dari Indonesia dan seluruh dunia. Nilai inti moderasi Islam ini di rumuskan dari 12 inti menjadi 7 nilai inti moderasi Islam yaitu: Tawassuth (mengambil jalan tengah), I'tidal (lurus dan tegas), Tasamuh(toleransi), Syura (musyawarah), Ishlah (perdamaian), Qudwah (panutan), dan Muwathannah (komitmen kebangsaan). Penambahan indikator tersebut dapat memperkaya instrumen penelitian moderasi beragama sehingga tidak hanya mengukur aspek

kebangsaan dan toleransi secara umum, tetapi juga aspek keseimbangan sikap, kesetaraan, musyawarah, serta keadilan dan keterbukaan yang lebih spesifik mencerminkan nilai-nilai moderasi dalam ajaran Islam.

b. Meneliti variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi sikap moderasi beragama, seperti lingkungan keluarga, pendidikan agama sejak dini, pergaulan sosial, atau literasi digital, baik sebagai variabel tambahan maupun variabel mediasi.
c. Mengkaji pengaruh dakwah digital dari da'i atau platform media sosial lain (seperti Instagram atau Youtube) sebagai perbandingan, guna untuk melihat konsitensi pengaruh dakwah digital terhadap moderasi beragama secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah Rakinten. *Pengaruh Motif Menonton Konten Husein pada Media Tiktok Terhadap Kepuasan Khalayak*. Vol. 06 No. 01 (2024).

Abdul Qadir dan M. Ramli. *Media Sosial (Definisi, Sejarah, dan Jenis-Jenisnya*. 2024.

Abigail Soesana, Hani Subakti, Anisa Fitri, dan dkk. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis, 2023.

Agus Akhmadi. *Moderasi Beragama dalam Keragaman Indonesia*. Vol. 13 No. 2 (2019).

Amanda Auraliya Setyawan. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Kualitas Ibadah Shalat Peserta Didik di SMPN 3 Ngaglik." Universitas Islam Indonesia, 2025.

Andi Baso Akbar, Ashar Hasyim, dan Asmurti. *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Bagi Gen Z di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdatul Ulama Sulawesi Tenggara*. Vol. 2, No. 2 (Mei 2024): 133.

"Arti kata - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online." Diakses 30 Agustus 2026. https://kbbi.web.id/#google_vignette.

Babun Suharto dan et. all. *Moderasi Beragama: dari Indonesia untuk Dunia*. LKIS, 2019.

Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Edisi Pertama Cet. ke-2. Kencana Prenada Media Group, 2007.

Deni Nasir Ahmad. "Brain Rot : Dampak dan Solusi pada Pelajar Indonesia di Generasi Emas 2045." *Semnas Penabio* (Jakarta), t.t.

Denis McQuail. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th edition. SAGE Publication, 2010.

Dr. Syamsuddin AB. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Pertama. KENCANA, 2016.

Eliza Virginia. "Pengaruh Sikap, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Keaamanan dalam Minat Menggunakan Jasa Layanan Go-jek." Universitas Brawijaya, 2020.

Erwan Effendy, Ravika Putri Irawan, Nurhasanah Pasaribu, dan Syafruddin Al-Hafiz. *Analisis Metode Dakwah Husein Basyaiban di Media Sosial*. Vol. 4 No. 3 (2024).

Evi Barokah dan Nikmah Suryandari. "Strategi Komunikasi Dakwah Husein Basyaiban di Media Sosial: Studi Kasus Penyampaian Ceramah Kepada Audiens Lintas Budaya." *Jurnal Media Akademik (JMA)* Vol. 3, No. 6 (2025).

Hamni Fadlilah Nasution. *Instrumen Penelitian dan Urgensinya dalam Penelitian Kuantitatif*. Vol. 4, No. 1 (2016).

Hasyim Hasanah. *Faktor-Faktor Pembentukan Kesadaran Beragama Anak Jalanan*. Vol. 10, No. 2 (April 2015).

Husein Basyaiban. *Video Pendek Tiktok Husein Basyaiban*. Tiktok, t.t.

Ifa Afida, Nur Wahidah, dan Yovita Dyah Permatasari. *Penguatan Moderasi Beragama dalam Kurikulum PAI : Studi Literatur terhadap Tantangan dan Peluang di Era Digital*. Vol. 2, No. 1 (2025).

Jan Arianto Asther, Patmawaty Taibe, dan Arie Hazairin Zubair. *Attitude Toward Behavior, Subjective Norm, dan Perceive Behavioral Control sebagai prediktor terhadap Kepatuhan Berlalu lintas pada Pengendara Motor di Kota Makassar*. Vol. 3 No. 2 (2023). https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2353.

Janisa Kusmawati dan Achmad Junaedi Sitika. *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Islam Bagi Generasi Z*. Vol. 11, No. 3 (Juli 2024).

Kementrian Agama RI. *Moderasi Beragama*. Badan Litbang Agama dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019.

Kh. Didin Hafidhduddin. *Dakwah di Era Media Sosial: Tantangan dan Strategi*. Alfabeta, 2019.

Khotimah. *Agama dan Civil Society*. Vol. XXI, No. 1 (Januari 2014).

M. Mahbub Ihza Mubarak, Jumadi, dan Adrie Satrio. *Analisis Dampak Media Sosial Tiktok Terhadap Pendidikan Karakter di Era Teknologi 4.0*. Vol. 5, No. 2 (2024).

Mawaddah Warohmah, Iza Ma'rifah, dan dkk. *Kajian Ilmu Dakwah*. CV. Pustaka Inspirasi Minang, 2025.

Mildah dan Khairuddin. *Dakwah Tiktok: Eksplorasi Perubahan Sikap Religiusitas Gen Z Melalui Konten Husein Basyaiban*. Vol. 18, No. 2 (2024).

Mochammad Nashrullah, Okvi Maharani, Abdul Rohman, Eni Fariyatul Fahyuni, Nurdyansyah, dan Rahmania Sri Untari. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. UMSIDA PRESS, 2023.

Mochammad Nginwanun Likullil Mahamid. "Moderasi Beragama: Pandangan Lukman Hakim Saifuddin terhadap Kehidupan Beragama di Indonesia." *Islamika* Vol. 23, No. 1 (2023).

Muhammad Idrus. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Edisi kedua. Erlangga, 2009.

Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Pertama. KENCANA, 2006.

Musyahid, Musyahid, dan Nur Kolis. "Religious Moderation Implementation in Islamic Education: A Systematic Review." *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 9, no. 2 (2023): 265–84. https://doi.org/10.24952/fitrah.v9i2.9547.

Nabila Khalida An-Nadhrah. "Moderasi Beragama Menurut Yusuf Al-Qardhawi, Quraish Shihab, dan Salman Al-Farisi." *LIving Islam* Vol. 6, No. 1 (Mei 2023).

Nenden Hendayani Novia dan dkk. *Strategi Digital Marketing*. Pt Mafy Media Literasi Indonesia, 2023.

Noval Achmad dan Damajanti Kusuma Dewi. *Hubungan Intensitas Penggunaan media Sosial Terhadap Prokrastinasi Akademik pada Mahasiswa yang Menyelesaikan Skripsi*. Vol. 7, No. 9 (2022).

Onong Unchjana Effendy. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Cet. 3. Bandung Citra Aditya Bakti, 2003.

Prof. Dr. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2013.

Prof. Dr. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 19 ed. ALFABETA, 2013.

Qadir, Abdul, dan M. Ramli. *Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya)*. 3 (2024).

"Qur'an Kemenag." Diakses 7 Agustus 2026. https://quran.kemenag.go.id/.

Rahayu, Puji. "Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak." *Al-Fathin: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab* 2, no. 1 (2019): 47. https://doi.org/10.32332/al-fathin.v2i2.1423.

Ridwan dan Ramsiah Tasruddin. *Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah Islam: Tantangan dan Strategi*. Vol. 4, No. 1 (2025). https://doi.org/10.36701/qiblah.v4i1.1969.

Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media, 2020.

Sagnofa Nabila Ainiya Putri dan Muhammad Endy Fadlullah. *Wasathiyah (Moderasi Beragama) dalam Perpektif Quraish Shihab*. Vol. 03, No. 01 (Juni 2022).

Sahid Raharjo. *Video Tutorial Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS Lengkap*. 2025. Youtobe 2019. https://youtu.be/ouSIm3mnFKs?feature=shared.

Sakinah Asrat. *Daya Tarik Fitur Aplikasi Tiktok dalam Memediasi Informasi Kesehatan di Era Pandemi*. (Bandung), 2022.

Salsabila Thifal, Dewi anggrayni, dan Salati Asmahasanah. *Analisis ISi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram Husein Basyaiban @Basyaman*. Vol. 2 No. 3 (2023).

Samuel Abrijani Pangerapan. *Status Literasi Digital di Indonesia 2023*. Katadata Insight Center, 2023.

Sarwono, Sarlito W dan Eko A, Meinarno. *Psikologi Sosial*. Salemba Humanika, 2009.

Shani Dwi Putri dan Suzy Azheharie. *Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok*. Vol. 5. No. 2 (2021).

Singgih Santoso. *Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 12*. Edisi 1. Elex Media Komputindo, 2005.

Subiantoro, Subiantoro. "Moderasi Beragama: Peran Dan Tantangan Dalam Pembelajaran Di Sekolah Di Era Digital." *NUSRA: Jurnal Penelitian dan Ilmu Pendidikan* 4, no. 4 (2023): 878–84. https://doi.org/10.55681/nusra.v4i4.1704.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Revisi 5. PT Rineka Cipta, 2002.

Suja'i Sarifandi, Irwanda, dan Dasman Yahya Ma'ali. *Dari Nasionalisme hingga Anti Kekerasan: Membaca Indikator Moderasi Beragama melalui Hadits*. Vol. 15, No. 2 (Desember 2023).

"Survei APJII." Https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-

orang#goog_rewarded. *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*, 2023.

Susilo Heri Pratama dan Fathurrohman Husen. *Habib Husein Ja'far dan Dakwah Online: Literasi Moderasi Beragama di Era Digital*. Vol. 6, No. 2 (Juli 2024).

Unik Hanifah Salsabila, Ahmad Paisol Putra, Riyanih Riyanih, Mirna Fadila Safitri, dan Dewi Roro Nur. *Analisis Konten Nilai-NIlai PAI Pada Akun Tiktok Husein Basyaiban*. Vol. 2 No. 1 (2024). https://doi.org/https:/HYPERLINK%20%20%22C:%5C%5Cdoi.org%5C%5C10.61132%5C%5Cjbpai.v2i1.57%22/doi.org/10.61132/jbpai.v2i1.76.

Veronica Amelia Maria Pantouw dan Brigitta Revia Sandy Fista. *Sikap Warga Putat Jaya Mengenai City Branding Kota Surabaya Melalui Program Revitalisasi EKS Lokalisasi Dolly*. Vol. 7, No. 1 (Juli 2018).

Widiarsa. *Kajian Pustaka (Literature Review) Sebagai Layanan Intim Pustakawan Berdasarkan Kepakaran dan Minat Pemustaka*. Vol. 28, No. 1 (2019).

Yulia Nafa Fitri Randani, Safrinal, Jalimah Zulfa Latuconsina, dan Muhammad Roy Purwanto. *Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah untuk Kaum Milenial*. Vol. 3, No. 1 (September 2021).

LAMPIRAN

PENGARUH DAKWAH DIGITAL HUSEIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP SIKAP MODERASI BERAGAMA MAHASISWA PENDIDIKAN AGAMA ISLAM (PAI) ANGKATAN 2022

Lampiran I

Instrumen Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Hallo teman-teman

Perkenalkan saya Novi Fitriawati mahasiswa S1 Program Studi Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Indonesia yang sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul

"PENGARUH KONTEN DAKWAH HUSEIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP SIKAP MODERASI BERAGAMA MAHASISWA PAI UII ANGKATAN 2022".

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Mahasiswa Aktif PAI UII Angkatan 2023-2025
2. Aktif menggunakan Tiktok
3. Pernah / sering menonton konten dakwah Husein Basyaiban

Peneliti berharap atas ketersediaan dari teman-teman untuk mengisi kuesioner agar membantu peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan. Kuesioner ini akan memakan waktu sekitar 3-5 menit. Data yang diperoleh dalam penelitian ini bersifat anonim dan akan dijaga kerahasiaanya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Hormat saya
Novi Fitriawati

Identitas Responden

Nama :

NIM :

Angkatan :

Ketentuan pernah menonton konten dakwah Husein Basyaiban

Keterangan Skala

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Pernyaan Kuesioner

No	Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok (X)	STS	TS	N	S	SS
1.	Konten dakwah Husein Basyaiban di Tiktok dikemas dengan tampilan visual yang menarik (editing, music, teks)					
2.	Konten dakwah Husein Basyaiban menggunakan gaya penyampaian yang kreatif sehingga tidak membosankan					
3.	Durasi video dakwah Husein Basyaiban sesuai dan tidak terasa terlalu panjang/membosankan					
4.	Bahasa yang digunakan Husein Basyaiban dalam berdakwah mudah saya pahami					
5.	Husein Basyaiban menyampaikan pesan dakwah dengan bahasa yang komunikatif dan tidak menggurui					
6.	Bahasa yang digunakan Husein Basyaiban dalam dakwahnya terlalu formal dan sulit dipahami					

7.	Husein Basyaiban mampu menjelaskan dalil (ayat/hadis) yang melandasi isi dakwahnya					
8.	Husein Basyaiban mampu menjawab pertanyaan/komentar audience dengan argumen isi dakwahnya					
9.	Sikap dan perilaku Husein Basyaiban dalam kehidupan sehari-hari mencerminkan nilai-nilai yang ia sampaikan dalam dakwahnya di Tiktok					
10.	Isi pesan dakwah Husein Basyaiban sesuai dengan ajaran Al-Quran dan Hadis					
11.	Husein Basyaiban tidak menyampaikan pesan yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam moderat					
12.	Konten dakwah Husein Basyaiban mengingatkan bahwa sebagai warga negara, umat Islam perlu menghormati aturan yang berlaku selama tidak bertentangan dengan ajaran agama					
13.	Konten dakwah Husein Basyaiban Kurang memberikan pemahaman tentang pentingnya menjaga persatuan bangsa					
14.	Pesan dakwah Husein Basyaiban tidak mengandung unsur kebencian terhadap kelompok lain					
15.	Isi konten dakwah Husein Basyaiban menyampaikan pentingnya menghargai perbedaan dalam kehidupan bermasyrakat					

16.	Isi konten dakwah Husein Basyaiban tidak mengandung ajakan untuk melakukan kekerasan atas nama agama					
17.	Konten dakwah Husein Basyaiban menekankan pentingnya menjaga sikap santun dalam berdakwah					
18.	Isi konten dakwah Husein Basyaiban menjelaskan pentingnya bersikap bijaksana dalam menyikapi tradisi masyarakat					
19.	Konten dakwah Husien Basyaiban mengajak menghargai keberagaman budaya di Indonesia					
20.	Materi dakwah Husein Basyaiban relevan dengan permasalahan yang dihadapi mahasiswa sehari-hari					
21.	Saya dapat menerapkan pesan dakwah Husein Basyaiban dalam kehidupan saya					
22.	Saya menonton konten dakwah Husein Basyaiban di Tiktok secara rutin (lebih dari 3 kali seminggu)					
23.	Saya menyempatkan waktu khusus untuk menonton konten dakwah Husein Basyaiban hingga selesai					
24.	Saya mengikuti (follow) akun Tiktok Husein Basyaiban untuk mendapatkan konten terbaru					
25.	Saya jarang menonton konten dakwah Husein meskipun kontennya muncul di FYP Tiktok saya					

26.	Saya memberikan like atau komentar pada dakwah Husein Basyaiban					
27.	Saya membagikan (share) atau menyimpan (save) konten dakwah Husein Basyaiban kepada orang lain					
28.	Saya tidak pernah membagikan atau menyimpan konten dakwah Husein Basyaiban karena kurang bermanfaat bagi saya					

No	Sikap Moderasi Beragama (Y)	STS	TS	N	S	SS
29.	Saya menerima Pancasila sebagai dasar negara yang sah bagi seluruh warga Indonesia					
30.	Saya mendukung NKRI sebagai bentuk final negara Indonesia					
31.	Saya tidak setuju dengan kelompok yang ingin mengganti dasar negara dengan ideologi lain					
32.	Saya mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia					
33.	Saya menjalankan ajaran agama tanpa bertentangan dengan hukum negara					
34.	Saya menghargai teman yang memiliki keyakinan agama berbeda dengan saya					
35.	Saya menghormati perbedaan madzhab/aliran dalam internal umat Islam					
36.	Saya tidak memaksakan pendapat keagamaan saya kepada orang lain					

37.	Saya bersedia berdiskusi secara terbuka dengan teman yang berbeda pandangan keagamaan					
38.	Saya dapat bekerja sama dengan teman lintas agama/keyakinan dalam kegiatan kampus					
39.	Saya merasa tidak nyaman berinteraksi dengan orang yang berbeda agama					
40.	Saya cenderung menghindari diskusi keagamaan dengan ornag yang berbeda pandangan karena dianggap sia-sia					
41.	Saya tidak setuju dengan tindakan kekerasan yang dilakukan atas nama agama					
42.	Saya menolak ajakan untuk melakukan tindakan radikal meskipun di bungkus dalil agama					
43.	Saya percaya dakwah seharusnya disampaikan tanpa ancaman atau intimidasi					
44.	Saya memilih menyelesaikan konflik melalui dialog daripada konfrontasi					
45.	Saya mengutamakan musyawarah dalam menghadapi perbedaan pendapat keagamaan					
46.	Saya menerima tradisi lokal (seperti shalawatan, tahlilan) selama tidak bertentangan dengan syariat					
47.	Saya menghargai kearifan lokal sebagai bagian dari ekspresi keberagaman masyarakat					
48.	Saya tidak menganggap budaya lokal sebagai sesuatu yang harus ditinggalkan dalam beragama					

49.	Saya merasa budaya lokal tidak memiliki tempat dalam praktik beragama yang benar					
50.	Saya tidak setuju jika ajaran agama disesuaikan dengan budaya atau tradisi daerah setempat					
51.	Saya bersikap terbuka terhadap praktik keagamaan yang beradaptasi dengan budaya setempat					
52.	Saya melihat keberagaman budaya sebagai kekayaan, bukan ancaman bagi keberagaman					

Lampiran II

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

A. Uji Validitas

1. Hasil Uji Validitas Variabel X

No. item	r-hitung	r-tabel 5% (32)	Kriteria
1	0,549**	0,349	Valid
2	0,633**	0,349	Valid
3	0,683**	0,349	Valid
4	0,731**	0,349	Valid
5	0,757*	0,349	Valid
6	0,356*	0,349	Valid
7	0,644**	0,349	Valid
8	0,621**	0,349	Valid
9	0,489*	0,349	Valid
10	0,730**	0,349	Valid
11	0,352*	0,349	Valid
12	0,778**	0,349	Valid
13	0,216	0,349	Tidak Valid
14	0,740**	0,349	Valid
15	0,804**	0,349	Valid
16	0,705**	0,349	Valid
17	0,801**	0,349	Valid
18	0,724**	0,349	Valid
19	0,563**	0,349	Valid
20	0,447*	0,349	Valid
21	0,580**	0,349	Valid
22	0,378*	0,349	Valid
23	0,280	0,349	Tidak Valid

24	0,609**	0,349	Valid
25	0,486**	0,349	Valid
26	0,501**	0,349	Valid
27	0,460**	0,349	Valid
28	0,419*	0,349	Valid

2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

No. Item	r-hitung	r-tabel 5% (32)	Kriteria
1	0,620**	0,349	Valid
2	0,765**	0,349	Valid
3	0,466**	0,349	Valid
4	0,653**	0,349	Valid
5	0,604**	0,349	Valid
6	0,730**	0,349	Valid
7	0,807**	0,349	Valid
8	0,742**	0,349	Valid
9	0,567**	0,349	Valid
10	0,416**	0,349	Valid
11	0,451**	0,349	Valid
12	0,426*	0,349	Valid
13	0,215	0,349	Tidak Valid
14	0,686**	0,349	Valid
15	0,819**	0,349	Valid
16	0,546**	0,349	Valid
17	0,819**	0,349	Valid
18	0,778**	0,349	Valid
19	0,847**	0,349	Valid
20	0,760**	0,349	Valid
21	0,532**	0,349	Valid

22	0,318	0,349	Tidak Valid
23	0,642**	0,349	Valid
24	0,785**	0,349	Valid

B. Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel X

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	32	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	32	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	26

2. Uji Reliabilitas Variabel Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	32	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	32	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

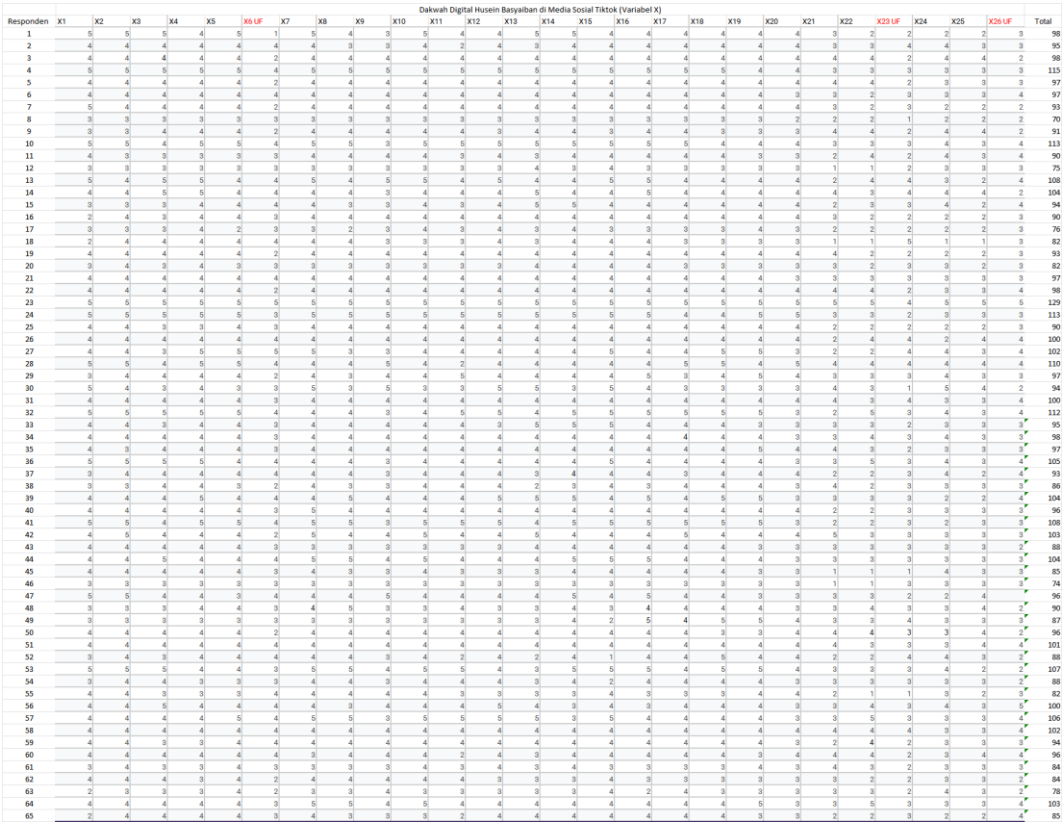
Cronbach's Alpha	N of Items
.932	22

Lampiran III

Data Responden Penelitian

Jumlah Responden yang Mengisi Kuesioner	Jumlah Responden yang Peneliti Teliti
80 Responden	65 Responden

A. Data Variabel X



Dakwah Digital Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok (Variabel X)

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6 UF	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23 UF	X24	X25	X26 UF	Total
1	5	5	5	4	5	1	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	3	98
2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	95
3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	98
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	115
5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	97
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	97
7	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	93
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	70
9	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	2	91
10	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	113
11	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	2	4	3	90
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	1	1	2	3	3	75
13	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	108
14	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	104
15	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	2	4	94
16	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	90
17	3	3	3	4	2	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	76
18	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	1	1	5	1	1	3	82
19	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	93
20	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	82
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	97
22	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	98
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	129
24	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	2	3	3	113
25	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	90
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	100
27	4	4	3	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	2	2	4	4	3	4	102
28	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	110
29	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	97
30	5	4	3	4	3	3	5	3	5	3	3	5	5	3	5	4	3	3	3	3	4	3	1	5	4	2	94
31	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	100
32	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	3	4	3	4	112
33	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	95
34	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	98
35	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	2	3	3	3	97
36	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5	3	4	3	4	105
37	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	2	4	93
38	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	86
39	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	3	3	3	3	2	2	4	104
40	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	96
41	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	3	2	3	108
42	4	5	4	4	4	2	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	3	3	103
43	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	88
44	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	104
45	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	1	1	1	4	3	3	85
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	74
47	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3	3	2	2	4	3	96
48	3	3	3	4	4	3	4	5	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	90
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	5	4	5	5	4	3	3	4	3	3	3	87
50	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	96
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	101
52	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	1	4	4	5	4	4	2	2	4	4	3	3	88
53	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	3	3	3	4	2	2	107
54	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	88
55	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	1	1	3	2	3	82
56	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	100
57	4	4	4	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	4	106
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	102
59	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	3	94
60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	96
61	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	84
62	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	84
63	2	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	2	78
64	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3	3	3	4	103
65	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	4	85

B. Data untuk Variabel Y

	Sikap Moderasi Beragama (Variabel Y)																					
Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11 UF	Y12 UF	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20 UF	Y21	Y22	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	97
2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	99
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	82
6	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	77
7	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	1	5	5	97
8	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
9	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	84
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	104
11	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	85
12	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	89
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	108
14	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	2	3	5	4	4	3	4	3	3	4	4	87
15	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	102
16	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	2	3	3	3	3	4	92
17	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	88
18	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	95
19	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	86
20	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	3	4	82
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	85
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	85
23	5	5	1	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	102
24	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	1	4	3	4	5	4	4	3	3	3	89
25	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	87
26	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	81
27	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	3	4	4	2	4	4	93
28	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	97
29	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	75
30	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	4	2	3	5	91
31	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	88
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	102
33	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	100
34	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4		4	4	87
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	89
36	5	4	5	3	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	5	94
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	86
38	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	93
39	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	3	1	1	5	5	5	4	3	4	4	4	89
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	108
41	5		5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	100
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	5	5	5	5	4	3	3	99
43	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	69
44	4	4	3	5	4	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	88
45	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	103
46	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	89
47	5	3	2	4	4	5	3	4	5	4	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	2	80
48	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	4	4	2	4	4	88
49	5	5	4	4	3	5	4	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	87
50	4	5	5	4	5	5	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	5	5	4	2	5	5	89
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	109
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	85
53	5	5	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	5	1	4	5	87
54	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	88
55	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4	5	98
56	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	4	92
57	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	97
58	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	101
59	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
60	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	84
61	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	5	5	4	3	4	4	86
62	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	72
63	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
64	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	88
65	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	78

Lampiran IV

Hasil Uji Asumsi (Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Regresi Linear Sederhana, dan Uji Koefisien Determinasi (R^2))

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.27450531
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.060
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.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.		

B. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	3236.746	32	101.148	1.147	.350
		Linearity	552.393	1	552.393	6.267	.018
		Deviation from Linearity	2684.353	31	86.592	.982	.519
	Within Groups		2820.700	32	88.147		
	Total		6057.446	64			

C. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.658	6.406		2.288	.026
	X	-.078	.067	-.146	-1.175	.244

a. Dependent Variable: ABS_RES

D. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	63.855	10.347		6.171	.000
	X	.271	.108	.302	2.514	.014

a. Dependent Variable: Y

E. Uji Koefisien Determinasi

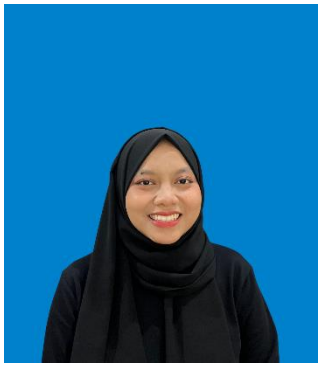
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	63.855	10.347		6.171	.000
	X	.271	.108	.302	2.514	.014

a. Dependent Variable: Y

Lampiran V

Curriculum Vitae (CV)



Novi Fitriawati, atau akrab disapa Novi, lahir di Tasikmalaya 27 November 2003. Penulis merupakan anak pertama dari Bapak Burhanudin dan Ibu Enih Kaniawati. Peneliti memulai pendidikan Sekolah Dasar di SDN Sukasukur pada tahun 2010-2016. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Terpadu Riyadlul Ulum Wadda'wah tahun 2016-2019. Kemudian pada tahun 2019-2022 melanjutkan pendidikan di SMA Terpadu Riyadlul Ulum Wadda'wah, Tasikmalaya. Pada tahun 2022 peneliti melanjutkan pendidikan S1 di Universitas Islam Indonesia Program Studi Pendidikan Agama Islam.

Selain kuliah peneliti juga mengikuti organisasi UAM (UII Ayo Mengajar), sebagai pengajar TPA dan juga memegang divisi Media dan Informasi. Peneliti juga berpartisipasi aktif dalam kegiatan-kegiatan kampus lainnya.

Karena sejatinya kesempurnaan hanya milik Sang Maha Pencipta, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran mengenai ini, yang dapat disampaikan kepada penulis di alamat email novifitriawati62@gmail.com.

Lampiran VI

Surat Izin Penelitian

Hal: Surat Permohonan untuk Penelitian

Kepada Yth,
Kepala Prodi PAI FIAI UII
Ibu Mir'atun Nur Arifah, M.Pd.I
Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Berkenaan dengan tugas akhir (Skripsi) Semester Ganjil tahun Akademik 2025/2026 saya:

Nama : Novi Fitriawati

NIM : 22422100

Judul Skripsi: Pengaruh Konten Dakwah Husein Basyaiban di Media Sosial Tiktok Terhadap Sikap Moderasi Beragama Mahasiswa PAI UII Angkatan 2022

No. Telp : 081927077439

Email : 22422100@students.uii.ac.id

Dengan ini bermaksud mengajukan permohonan izin kepada Kepala Prodi PAI FIAI UII untuk melaksanakan penelitian serta memperoleh data jumlah mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Agama Islam FIAI UII Angkatan 2022. Data tersebut akan saya gunakan sebagai bagian dari keperluan penyusunan tugas akhir (skripsi) yang sedang saya kerjakan.

Saya mengucapkan terimakasih atas izin dan kerjasama yang telah diberikan oleh pihak Prodi, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Saya juga memastikan bahwa seluruh data yang diperoleh akan digunakan sesuai dengan kaidah akademik dan etika penelitian yang berlaku.

Dengan segala hormat, saya berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk seluruh komponen dari Prodi PAI sebagai bentuk dedikasi. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasama pihak Prodi, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 03 Juni 2026

Penulis



Novi Fitriawati