

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

OLEH:

M. HAQQI AN NAZIL

NIM: 12240313873

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN
SYARIF KASIM RIAU**

2026 M/1447 H

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KONTEN DAKWAH AKUN TIKTOK
@ustadzahidayaat TERHADAP MOTIVASI BERAGAMA
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022 UIN
SUSKA RIAU**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

OLEH:

M. HAQQI AN NAZIL
NIM: 12240313873

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN
SYARIF KASIM RIAU
2026 M/1447 H**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KONTEN DAKWAH AKUN TIKTOK
@USTADZADIHIDAYAATT TERHADAP MOTIVASI
BERAGAMA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
ANGKATAN 2022 UIN SUSKA RIAU**

Disusun oleh :



M. Haqqi An Nazil
NIM. 12240313873

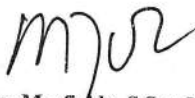
Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 23 Februari 2026

Mengetahui,
Pembimbing,



Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Musfiady, S.Sos, M.Si
NIP. 1972/201 200003 1 003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : M. Haqqi An Nazil
NIM : 12240313873
Judul : Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadihidayaat Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau

Telah Dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 5 Maret 2026


Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 11 Maret 2026



Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,


Dr. Sutianto, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19801230 200604 1 001


Penguji III,


Julis Suriani, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19910722 202521 2 005

Sekretaris/ Penguji II,


Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd, CHlQA
NIP. 19750927 2023211 005

Penguji IV,


Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19860510 202321 1 026

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 23 Februari 2026

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : M. Haqqi An Nazil
NIM : 12240313873
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.
Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,



Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 00

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : M. Haqqi An Nazil
NIM : 12240313873
Judul : Pengaruh Konten Dakwah Akun Tiktok @Adihidayatoffici4l Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Uin Suska Riau

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Desember 2025

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 11 Desember 2025
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,



Dr. Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19861006 201903 2 010

Penguji II,



Umar Abdur Rahim SM, S.Sos.I., M.A
NIP. 19850528 202321 1 013

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Haqqi An Nazil
NIM : 12240313873
Tempat/Tgl.Lahir : Pl. Birandang, 18 Agustus 2003
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENGARUH KONTEN DAKWAH AKUN TIKTOK
@ustadzadhidayaatt TERHADAP MOTIVASI
BERAGAMA MAHASISWA ILMU KOMUNKASI
ANGKATAN 2022 UIN SUSKA RIAU

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

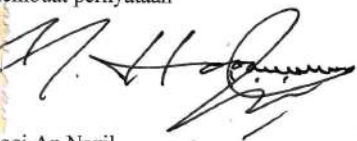
1. Penulisan skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan jurnal saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan akal sehat.

Pekanbaru, 02 April 2026
Yang membuat pernyataan



M. Haqqi An Nazil
NIM : 12240313873



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Haqqi An Nazil
Nim : 12240313873
Tempat/Tanggal Lahir : Pl. Birandang, 18 Agustus 2003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 23 Februari 2026
Yang membuat pernyataan,



M. Haqqi An Nazil
NIM. 12240313873

ABSTRAK

Nama : M. Haqqi An Nazil
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi dan media sosial khususnya platform TikTok sebagai media baru (*new media*), yang dimanfaatkan tidak hanya sebagai media hiburan tetapi juga sebagai sarana komunikasi dan dakwah digital oleh para da'i dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan menyebarkan konten dakwah, terutama pada konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt. Berdasarkan fenomena tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* dan teori *Uses and Effect*, dengan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar kepada 72 responden yang merupakan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis data deskriptif dan analisis regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi yang dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $4,181 > t$ tabel $F,994$. Persamaan regresi yang diperoleh yaitu $Y = 43,549 + 0,343 + e$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt akan meningkatkan motivasi beragama. Hasil uji koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,200 menunjukkan bahwa konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt berkontribusi sebesar 20,0%, terhadap motivasi beragama, sedangkan 80,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian.

Kata Kunci: Konten Dakwah, TikTok, Motivasi Beragama, mahasiswa

ABSTRACT

Name : *M. Haqqi An Nazil*
Program of Study : *Communication Sciences*
Title : *The Influence of the @ustadzadhidayaatt TikTok Account's Preaching Content on the Religious Motivation of Communication Science Students of the 2022 Class of UIN Suska Riau*

This research is motivated by the rapid development of information technology and social media, especially the TikTok platform as a new media, which is used not only as an entertainment medium but also as a means of communication and digital da'wah by da'i in conveying religious messages and spreading da'wah content, especially the da'wah content of the TikTok account @ustadzadhidayaatt. Based on this phenomenon, the formulation of the problem in this study is how much influence the da'wah content of the TikTok account @ustadzadhidayaatt has on the religious motivation of Communication Science students of the 2022 class of UIN Suska Riau. This study aims to determine how much influence the da'wah content of the TikTok account @ustadzadhidayaatt has on the religious motivation of Communication Science students of the 2022 class of UIN Suska Riau. This study uses the Uses and Gratifications theory and the Uses and Effect theory, with quantitative research methods. The data collection technique was carried out through questionnaires distributed to 72 respondents who were communication science students of the 2022 class of UIN Suska Riau. The data obtained were analyzed using descriptive data analysis techniques and simple linear regression analysis to test the research hypothesis. The results showed that the da'wah content of the TikTok account @ustadzadhidayaatt had a positive and significant effect on the religious motivation of Communication Science students as evidenced by a significance value of $0.000 < 0.05$ and a calculated t value of $4.181 > t$ table 1.994. The regression equation obtained was $Y = 43.549 + 0.343 + e$, which showed that every increase in the da'wah content of the TikTok account @ustadzadhidayaatt would increase religious motivation. The results of the coefficient of determination (R Square) test of 0.200 showed that the da'wah content of the TikTok account @ustadzadhidayaatt contributed 20.0% to religious motivation, while the remaining 80.0% was influenced by other factors outside the research variables.

Keywords: *Da'wah content, TikTok, religious motivation, students*

ملخص

الاسم : محمد حقي أن نازيل
 التخصص : علوم الاتصال
 عنوان البحث : تأثير محتوى الدعوة على حساب @ustadzahidayaatt على منصة تيك
 توك على الدافع الديني لطلاب علوم الاتصال، دفعة 2022، جامعة سوسكا رياو
 الإسلامية الحكومية

ينطلق هذا البحث من التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات ووسائل التواصل الاجتماعي، ولا سيما منصة تيك توك كوسيلة إعلامية جديدة، تُستخدم ليس فقط كوسيلة ترفيهية، بل أيضاً كوسيلة للتواصل والدعوة الرقمية من قبل الدعاة، لنقل الرسائل الدينية ونشر المحتوى الدعوي، وخاصةً المحتوى الدعوي لحساب تيك توك @ustadzahidayaatt. وبناءً على هذه الظاهرة، تتمحور مشكلة هذه الدراسة حول مدى تأثير المحتوى الدعوي لحساب تيك توك @ustadzahidayaatt على الدافع الديني لطلاب علوم الاتصال من دفعة 2022 في جامعة سوسكا رياو الإسلامية الحكومية. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مدى تأثير المحتوى الدعوي لحساب تيك توك @ustadzahidayaatt على الدافع الديني لطلاب علوم الاتصال من دفعة 2022 في جامعة سوسكا رياو الإسلامية الحكومية. تستخدم هذه الدراسة نظريتي الاستخدامات والإشباع، والاستخدامات والآثار، مع منهج البحث الكمي. جُمعت البيانات من خلال استبيانات وُزعت على 72 طالباً من طلاب علوم الاتصال في دفعة 2022 بجامعة سوسكا رياو الإسلامية الحكومية. وتم تحليل البيانات باستخدام أساليب التحليل الإحصائي لاختبار فرضية البحث. أظهرت النتائج أن محتوى الدعوة في حساب تيك توك @ustadzahidayaatt كان له تأثير إيجابي ودال إحصائياً على الدافع الديني لدى طلاب علوم الاتصال، كما يتضح من قيمة الدلالة الإحصائية 0.000 (> 0.05) وقيمة t المحسوبة 4.181 ($> t$) الجدولية 1.994. (وكانت معادلة الانحدار المستنتجة $e + 0.343 + Y = 43.549$ ، مما يُشير إلى أن كل زيادة في محتوى الدعوة في حساب تيك توك @ustadzahidayaatt تؤدي إلى زيادة الدافع الديني. أظهرت نتائج اختبار معامل التحديد (R Square) البالغ 0.200 أن محتوى الدعوة لحساب TikTok @ustadzahidayaatt ساهم بنسبة 20.0% في الدافع الديني، بينما تأثرت النسبة المتبقية البالغة 80.0% بعوامل أخرى خارج متغيرات البحث.

الكلمات المفتاحية: محتوى الدعوة، تيك توك، الدافع الديني، الطلاب

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, penguasa seluruh alam yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya kepada kita. Tidak sekutu bagi-nya. Atas rahmat dan karunia-nya kepada seluruh alam, sehingga sampai detik ini kita masih bisa menjalankan berbagai kewajiban, karena berkat rahmat dan karunia-nya semata sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan skripsi penelitian dengan judul “PENGARUH KONTEN DAKWAH AKUN TIKTOK @ustadzadhidayaatt TERHADAP MOTIVASI BERAGAMA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022 UIN SUSKA RIAU” Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Sebagai bentuk rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan kepada kedua orang tua tercinta. Ayahanda dan Ibunda telah membesarkan, mendoakan, serta mendidik penulis hingga dapat berada pada titik ini. Dukungan dan motivasi yang senantiasa diberikan menjadi faktor penting sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tentu banyak pihak yang terlibat dalam memberikan bantuan, bimbingan serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak M. Amin dan Ibu Roya, beserta kedua saudara kandung yaitu, Abang Mhd. Rasyid, S.E dan kakak Delpi Nurpita, S.Pd yang selalu memberikan do'a, motivasi, nasehat, dan dukungan yang penuh kepada penulis.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE., M.Si., Ak, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. H. Raihani, M.Ed., Ph.D selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Alex Wanda, ST, M.Eng selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Harris Simaremare, M.T selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

7. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Ibu Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Bapak Dr. Sudianto, M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Bapak Dr. Musfialdy, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Ibu Dr. Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Sekretaris dan Koordinator Kerja Praktek Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
12. Rohayati, S.Sos., M.I.Kom, sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan bantuan, saran, arahan, dan nasehat kepada penulis dalam menyusun skripsi ini agar menjadi karya yang lebih matang dan berkualitas. Keberadaan anda sebagai pembimbing tidak hanya sebagai seorang pengajar, tetapi juga sebagai sosok yang memberikan motivasi dan semangat.
13. Bapak dan Ibu Dosen yang senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama menuntut ilmu di Prodi Ilmu komunikasi dan staf yang ada di Prodi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu penulis.
14. Terima kasih kepada seluruh teman-teman seperjuangan penulis “Ilmu Komunikasi dan Public Relations A Angkatan 2022” terimakasih atas kekompakan dan kebersamaannya selama ini.

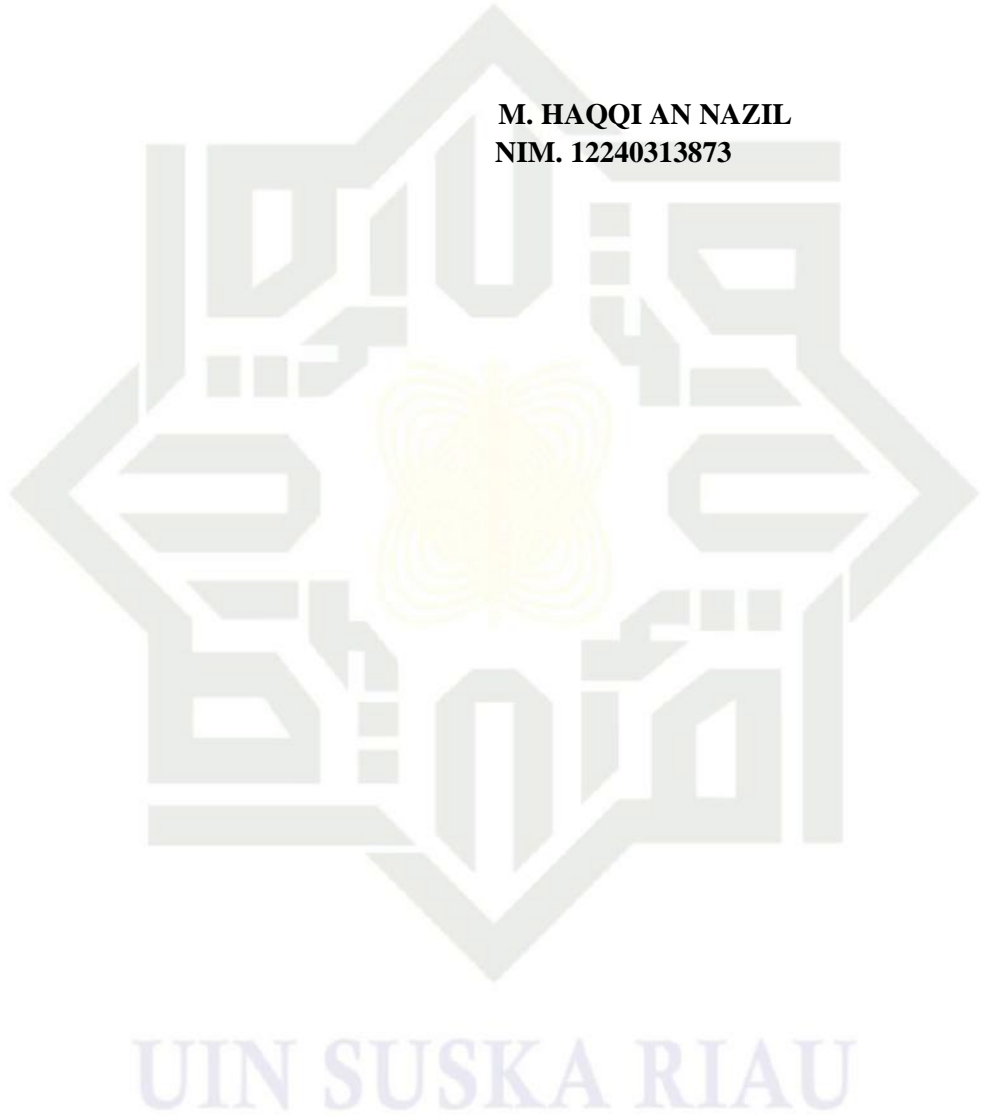
Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada berbagai kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis amat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkannya.

Penulis berdo'a semoga semua pihak yang telah membantu dan turut berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah Swt. dan selalu diberikan kemudahan oleh Allah Swt. dalam setiap menjalankan segala urusan. Penulis menyadari bahwa didalam skripsi ini terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan masukkan dan kritik yang dapat membangun dari berbagai pihak dimasa yang akan datang. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang yang membaca dan membutuhkannya. Amin Ya Rabbal'Alamin.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi
Wabarakatuh.

Pekanbaru, Maret 2026
Penulis

M. HAQQI AN NAZIL
NIM. 12240313873



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah	6
1. Pengaruh	7
2. Konten Dakwah.....	7
3. TikTok	7
4. @ustadzadihidayaatt.....	7
5. Motivasi Beragama.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis.....	8
F. Batas dan Ruang Lingkup Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kajian Terdahulu	10
B. Landasan Teori	17
1. Teori <i>Uses and Gratifications</i>	18
2. Teori <i>Uses and Effect</i>	21
3. Konten Dakwah.....	23
4. Media Sosial	27
5. Motivasi Beragama.....	28

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Konsep Operasional.....	33
1. Variabel X (Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt)	34
2. Variabel Y (Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau)	36
D. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Desain Penelitian	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi	41
2. Sampel	42
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
1. Uji Validitas.....	44
2. Uji Reliabilitas.....	45
F. Teknik Analisis Data	46
1. Analisis Data Deskriptif	46
2. Analisis Regresi Linier Sederhana	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Hasil Penelitian.....	49
1. Identitas Responden.....	49
2. Analisis Data Deskriptif	51
3. Deskripsi Data Variabel Pengaruh Konten Dakwah Akin TikTok @ustadzadhidayaatt (X) Dan Variabel Motivasi Beragama (Y)..	51
B. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	78
1. Uji Validitas.....	78
2. Uji Reliabilitas.....	81
C. Analisis Regresi Linier Sederhana	82
1. Uji Hipotesis (Uji t)	83
2. Uji Koefisien Determinasi (R Square)	84

D. Pembahasan	85
BAB V PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel X.....	34
Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel Y.....	36
Tabel 3.1 Skor Skala Likert.....	44
Tabel 3.2 Skala Likert.....	47
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Angkatan.....	49
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Usia.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 4.5 Kisi-kisi instrument variabel konten dakwah akun TikTok @ustadzadihidayaatt.....	52
Tabel 4.6 Konten dakwah yang disampaikan melalui akun TikTok @ustadzadihidayaatt membantu memahami ajaran islam dengan lebih baik.....	55
Tabel 4.7 Merasa lebih tenang dan termotivasi secara spiritual setelah menonton konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadihidayaatt.....	56
Tabel 4.8 Konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadihidayaatt bermanfaat sebagai bahan diskusi keagamaan dengan teman atau lingkungan sekitar.....	56
Tabel 4.9 Konten dakwah yang disajikan pada akun TikTok @ustadzadihidayaatt mampu memenuhi kebutuhan akan pemahaman keagamaan	57
Tabel 4.10 Merasa puas setelah menonton konten dakwah yang disampaikan melalui akun TikTok @ustadzadihidayaatt	58
Tabel 4.11 Sering menonton konten dakwah yang diunggah oleh akun TikTok @ustadzadihidayaatt.....	59
Tabel 4.12 Memilih untuk menonton konten dakwah tertentu dari akun TikTok @ustadzadihidayaatt karena sesuai dengan kebutuhan keagamaan... ..	59
Tabel 4.13 Pernah memberikan like, komentar, atau membagikan konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadihidayaatt	60
Tabel 4.14 Secara rutin menonton konten dakwah yang diunggah pada akun TikTok @ustadzadihidayaatt, karena dapat memotivasi bahkan memberikan ketenangan	60
Tabel 4.15 Sering berinteraksi dengan konten dakwah akun TikTok @ustadzadihidayaatt, seperti memberikan <i>like</i> , komentar, atau membagikannya.....	61
Tabel 4.16 Dapat mengingat dan memahami pesan dakwah yang disampaikan dalam konten TikTok @ustadzadihidayaatt	62
Tabel 4.17 Konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadihidayaatt mendorong	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	untuk memperbaiki sikap dan perilaku dalam menjalankan kehidupan sehari-hari	63
Tabel 4.18	Berusaha menerapkan ajaran agama yang disampaikan dalam konten TikTok @ustadzadhidayaatt dalam kehidupan sehari-hari	63
Tabel 4.19	Konten dakwah yang ditonton di akun TikTok @ustadzadhidayaatt mempengaruhi sikap keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.....	64
Tabel 4.20	Setelah menonton konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt membuat terdorong untuk memperbaiki perilaku sesuai dengan ajaran agama	65
Tabel 4.21	Kisi-kisi instrument variabel motivasi beragama (Y)	65
Tabel 4.22	Melaksanakan ibadah karena kesadaran dan keinginan pribadi, bukan karena paksaan	68
Tabel 4.23	Memiliki dorongan dari dalam diri untuk memperdalam pemahaman tentang ajaran islam	68
Tabel 4.24	Mencintai dan menjadikan nilai islam sebagai pedoman hidup.....	69
Tabel 4.25	Lingkungan sekitar mendorong untuk lebih aktif dalam menjalankan kegiatan keagamaan	70
Tabel 4.26	Konten dakwah di media sosial meningkatkan semangat dalam menjalankan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.....	70
Tabel 4.27	Menjalankan ibadah dengan harapan memperoleh pahala dan ridho Allah SWT	71
Tabel 4.28	Memiliki keinginan yang kuat untuk terus belajar dan memahami ajaran agama islam	72
Tabel 4.29	Aktif mengikuti kajian atau kegiatan keagamaan baik secara langsung maupun melalui media digital	73
Tabel 4.30	Memahami rukun iman dan rukun islam dengan baik sebagai pedoman buat kehidupan	73
Tabel 4.31	Merasa bangga menjadi seorang muslim	74
Tabel 4.32	Memiliki rasa empati dan kepedulian terhadap sesama muslim.....	75
Tabel 4.33	Berusaha menghindari perbuatan yang dilarang dalam ajaran Islam, dan melakukan perbuatan yang dianjurkan bahkan diperintahkan dalam ajaran islam.....	75
Tabel 4.34	Berusaha menjalankan ibadah secara konsisten didalam kehidupan sehari-hari	76
Tabel 4.35	Berusaha menghindari perbuatan yang dilarang dalam ajaran islam, dan melakukan perbuatan yang dianjurkan bahkan diperintahkan dalam ajaran islam.....	77
Tabel 4.36	Aktif dan berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan keagamaan yang diselenggarakan di lingkungan kampus	78
Tabel 4.37	Hasil Uji Validitas Variabel X.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pra riset dengan Mentimeter.web.....	4
Gambar 1.2 Tampilan Akun TikTok @ustadzahidayaatt.....	5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2.	Hasil Kuesioner
Lampiran 3.	Pengumpulan Data
Lampiran 4.	Output Validitas dan Realibilitas Variabel Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt (X)
Lampiran 5.	Output Validitas dan Realibilitas Variabel Motivasi Beragama (Y)
Lampiran 6.	Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji t
Lampiran 7.	Koefisien Determinasi
Lampiran 8.	Hasil Uji Statistik Deskriptif
Lampiran 9.	Distribusi Frekuensi Angkatan
Lampiran 10.	Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin
Lampiran 11.	Distribusi Frekuensi Usia
Lampiran 12.	T Tabel
Lampiran 13.	R Tabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang dengan cepat dan pesat mendukung perubahan dalam pengetahuan, ideologi, dan pemahaman mengenai agama sehingga memudahkan para generasi muda untuk mengakses berbagai pengertian terutama dalam hal aktivisme melalui platform media sosial (Islam, 2018). Era digital membawa perubahan penting dalam komunikasi dan akses informasi yang lebih cepat, terhubung, dan bersifat global (N. H. Ummah, 2023). Media sosial memiliki potensi besar dalam menyebarkan pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas dengan menyediakan konten yang informatif, edukatif, dan komprehensif (N. H. Ummah, 2023).

Data terbaru menunjukkan peningkatan signifikan jumlah pendakwah yang memanfaatkan platform digital seperti TikTok, Instagram dan YouTube untuk menyampaikan pesan agama (Rizkah Lestari, 2023). Efektivitas dakwah melalui media sosial tidak hanya bergantung pada konten, tetapi juga pada cara penyampaian dan interaksi dengan audiens. Pendakwah yang mampu beradaptasi dengan tren digital cenderung lebih berhasil dalam menyampaikan pesan mereka (Ericha Ardalia, 2023).

Mahasiswa sebagai kelompok intelektual muda memerlukan dukungan, motivasi, dan petunjuk yang sesuai dengan prinsip syariat islam melalui dakwah agar menjadi generasi yang berpegang teguh pada ajaran islam (Weny Maulida Nabila et al., 2023). Dakwah yang berasal dari kata Arab "da'a yad'u" berarti seruan atau ajakan, merupakan usaha menyebarkan kebenaran dan mengajak untuk melakukan amar makruf nahi munkar (Weny Maulida Nabila et al., 2023). Sebagai tanggung jawab setiap muslim, dakwah adalah proses pengajaran agar umat mengamalkan ajaran islam sesuai al-Quran dan hadis. Dengan kemajuan teknologi, para da'i dituntut menyampaikan dakwah melalui berbagai platform media sosial untuk memperkenalkan nilai-nilai islam kepada masyarakat luas (Weny Maulida Nabila et al., 2023).

TikTok sebagai platform media sosial yang dikembangkan oleh Bytedance pada tahun 2014 di Beijing, menawarkan fitur pembuatan video berdurasi 15 detik hingga 3 menit dengan efek spesial yang menarik (Shafa Tasya Kamilah et al., 2023). Aplikasi TikTok adalah platform yang menawarkan efek spesial dengan menarik dan unik, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menciptakan video pendek yang menarik perhatian banyak orang. Platform ini memiliki antarmuka sederhana namun komprehensif yang menarik berbagai kalangan pengguna. Para da'i memanfaatkan TikTok untuk menyampaikan pesan dakwah secara kreatif dan santai. Tujuan pemanfaatan TikTok sebagai sarana dakwah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah mempermudah penyampaian informasi kepada masyarakat, terutama kalangan muda, serta meningkatkan semangat beragama melalui konten inspiratif dan motivatif (Yuni Rahayu et al., 2022).

Agama memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan seorang mahasiswa, terlebih lagi di dunia kampus yang sering kali menjadi tempat bagi mereka untuk menumbuhkan identitas dan nilai-nilai keagamaan. Faktor sosial dalam keluarga berperan utama dalam membentuk motivasi mahasiswa dalam beragama, karena keluarga adalah lingkungan pertama di mana individu mengenal nilai dan keyakinan agama yang tertentu. Berbagai praktik keagamaan yang diwariskan, interaksi seputar agama di dalam keluarga, dukungan spiritual, peran sebagai teladan, serta tingkat pertikaian mengenai agama di dalam keluarga dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap motivasi beragama seorang mahasiswa (Alvi & Madya, 2023).

Dorongan untuk beragama membantu mahasiswa mencapai kematangan dalam beragama yang diperoleh melalui pemahaman dan pengalaman yang mereka jalani. Motivasi ini mencerminkan kecenderungan yang muncul dan berkembang dalam diri seseorang untuk berpartisipasi dalam aktivitas keagamaan. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi kematangan beragama, di mana motivasi beragama bertindak sebagai pendorong tindakan dan pikiran individu. Pendorong ini bisa berasal dari aspek biologis, psikologis, dan sosial. Contohnya ketika seseorang merasa menderita, kekurangan, tertekan, dan merindukan kasih sayang, mereka akan terdorong untuk lebih dekat dengan Allah SWT dengan menjalankan serangkaian aktivitas keagamaan (Muhammad & Aji, 2020).

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan media sosial, khususnya platform TikTok seharusnya menjadi sarana yang efektif dalam memperluas penyebaran nilai-nilai keagamaan kepada mahasiswa. Dakwah digital sebagai bentuk adaptasi dakwah tradisional di ruang maya semestinya dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan pemahaman serta motivasi beragama mahasiswa yang lebih luas dan mendalam. Namun meskipun pada kenyataannya tidak semua konten dakwah di media sosial khususnya platform TikTok memiliki dampak yang positif, beberapa konten seperti TikTok justru cenderung bersifat hiburan semata atau kurang mendalam dari segi substansi keagamaan. Hal ini menyebabkan potensi besar dari media sosial sebagai alat dakwah belum dimanfaatkan secara maksimal. Banyak pengguna terutama mahasiswa, hanya mengakses konten-konten tersebut tanpa benar-benar memahami atau mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, meskipun banyak ustadz dan da'i yang telah memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah, akan tetapi masih terbatas penelitian yang mengkaji secara spesifik bagaimana pengaruh konten dakwah tersebut terhadap motivasi beragama mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau. Padahal sebagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

calon praktisi komunikasi, mereka memiliki sensitivitas tinggi terhadap media sehingga seharusnya lebih mudah dipengaruhi oleh konten dakwah yang tersampaikan melalui platform digital. Semestinya keberadaan akun-akun dakwah di berbagai media sosial khususnya di TikTok @ustadzadhidayaatt dapat menjadi referensi utama bagi mahasiswa tersebut untuk menambah wawasan religius dan meningkatkan semangat maupun motivasi beragama. Namun faktanya, belum ada bukti empiris ataupun faktual yang menunjukkan sejauh mana pengaruh tersebut terjadi, sehingga menciptakan kesenjangan antara potensi yang dimiliki oleh media sosial TikTok sebagai alat dakwah dan realisasi dampaknya terhadap perilaku keagamaan mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau.

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai fenomena yang diteliti, peneliti telah terlebih dahulu melakukan pra-riset terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau dengan memanfaatkan platform survei interaktif Mentimeter sebagai media pengumpulan data awal. Penggunaan platform tersebut bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai intensitas penggunaan media sosial TikTok serta sejauh mana mereka terpapar oleh konten dakwah yang terdapat pada platform TikTok @ustadzadhidayaatt tersebut.

Berdasarkan pra-riset yang telah dilakukan oleh peneliti kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau, pra-riset tersebut melibatkan 30 mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 sebagai responden awal. Hasil survei melalui Mentimeter menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki tingkat penggunaan TikTok yang cukup tinggi dalam aktivitas sehari-hari yaitu sebanyak 24 mahasiswa (80%) menyatakan aktif menggunakan TikTok setiap hari, sedangkan 6 mahasiswa (20%) mengaku menggunakan TikTok secara tidak rutin.

Selanjutnya, terkait dengan paparan terhadap konten dakwah di TikTok @ustadzadhidayaatt, sebanyak 18 mahasiswa (60%) menyatakan pernah menonton konten dakwah yang disampaikan melalui platform @ustadzadhidayaatt tersebut, sementara 12 mahasiswa (40%) menyatakan jarang atau tidak pernah menonton konten dakwah di TikTok @ustadzadhidayaatt tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media penyebaran pesan keagamaan di kalangan mahasiswa.

Secara lebih spesifik, hasil pra-riset melalui Mentimeter juga menunjukkan bahwa sebanyak 15 mahasiswa (50%) mengetahui serta pernah menonton konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt, sedangkan 12 mahasiswa (40%) di antaranya menyatakan mengikuti (*follow*) akun tersebut. Adapun jenis konten dakwah yang paling banyak ditonton oleh responden meliputi materi mengenai motivasi beragama, fiqh ibadah, serta pembahasan hukum-hukum syariat Islam yang disampaikan secara singkat dan komunikatif. Konten-konten tersebut umumnya dikemas dalam bentuk video pendek yang mudah dipahami serta disertai

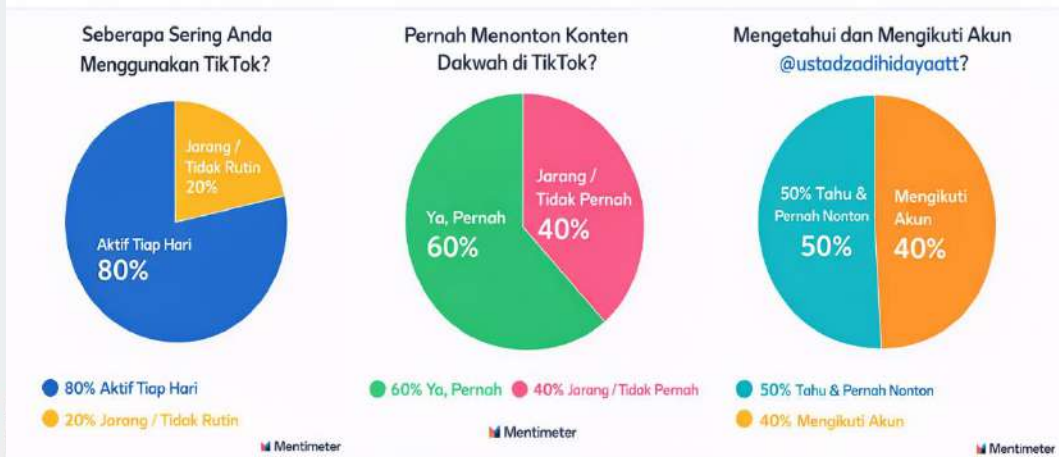
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan contoh-contoh yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Namun demikian, ketika responden diminta memberikan tanggapan mengenai pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt tersebut terhadap motivasi beragama mereka, sebagian besar mahasiswa menyatakan bahwa mereka belum merasakan perubahan yang signifikan dalam motivasi beragama setelah menonton konten dakwah tersebut. Meskipun demikian, responden tetap menilai bahwa konten dakwah yang disampaikan menarik, mudah dipahami, serta relevan dengan kehidupan sehari-hari.

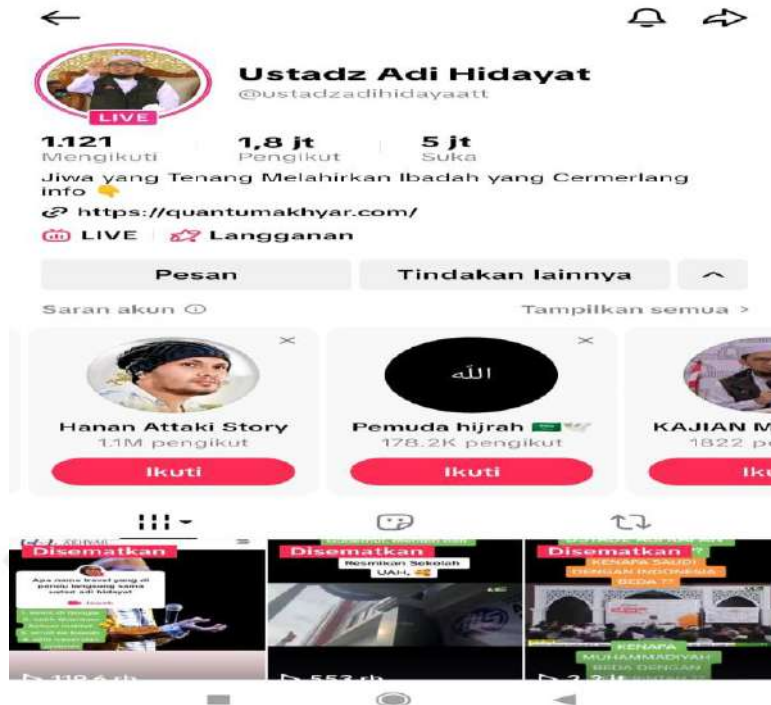
Berdasarkan hasil pra-riset tersebut kemudian disajikan dalam bentuk diagram lingkaran sebagai gambaran awal yaitu sebagai berikut:



Gambar 1.1 Pra riset dengan Mentimeter.web

Pada penelitian ini penulis secara khusus menggunakan akun TikTok @ustadzadhidayaatt sebagai objek kajian dengan beberapa pertimbangan objektif. Pertama, akun ini memiliki jumlah pengikut yang sangat besar, yaitu lebih dari 1,8 juta followers dengan total views mencapai lebih dari 5 juta, menjadikannya salah satu akun dakwah paling populer di TikTok Indonesia. Kedua, konten yang disajikan sangat beragam dan komprehensif, mencakup tema-tema motivasi beragama, fiqih, ibadah sehari-hari, hukum Islam, syariat, muamalah, akhlak, dan kajian Al-Quran serta hadis. Ketiga, gaya penyampaian Ustadz Adi Hidayat dalam video-videonya dikemas secara sistematis, komunikatif, dan mudah dipahami oleh kalangan mahasiswa. Keempat, akun ini konsisten mengunggah konten dakwah dengan frekuensi tinggi dan menggunakan pendekatan yang relevan dengan

kehidupan kontemporer. Kelima, *engagement rate* akun ini sangat tinggi dengan jumlah *like*, komentar, dan *share* yang menunjukkan interaksi aktif dari audiens. Berbagai karakteristik tersebut menjadikan akun @ustadzadhidayaatt representatif untuk dikaji pengaruhnya terhadap motivasi beragama mahasiswa.



Gambar 1.2 Tampilan Akun TikTok @ustadzadhidayaatt

Salah satu alasan penulis tertarik untuk mengangkat topik ini karena fenomena meningkatnya penggunaan platform media sosial seperti TikTok sebagai sarana dakwah di kalangan generasi muda. Berdasarkan data penelitian dan riset tentang media sosial digunakan untuk sarana dakwah, penelitian efektivitas TikTok sebagai media maupun sarana dakwah menunjukkan bahwa 70% responden menggunakan TikTok lebih dari satu jam setiap hari, dan 65% percaya bahwa platform ini efektif sebagai media maupun sarana dakwah. Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah telah menunjukkan tren yang meningkat, dengan berbagai konten dakwah kreatif, mulai dari ceramah singkat, animasi Islami, hingga *re-enactment* kisah-kisah inspiratif, yang menarik perhatian dan mendapatkan respon positif dari pengguna. Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah pun tidak hanya sekedar mengikuti tren, tetapi juga merupakan respons strategis terhadap perubahan perilaku audiens. Mahasiswa yang dikenal sebagai *digital natives*, menghabiskan sebagian besar waktu mereka di platform media sosial. Sebagai seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi, peneliti menyadari betapa besar pengaruh media digital dalam membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku keagamaan seseorang. Selain itu, peneliti juga sering menemukan bahwa banyak konten dakwah di TikTok lebih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menitikberatkan pada gaya penyampaian yang menarik secara visual dan emosional, tetapi kurang mendalam dari segi pesan keagamaan. Melihat peran strategis dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt yang memiliki jumlah pengikut besar dan aktif menyebarkan konten-konten dakwah, peneliti ingin mengetahui apakah konten tersebut benar-benar memberikan dampak signifikan terhadap motivasi beragama mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau, atau hanya sekadar konsumsi media tanpa makna mendalam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi refleksi bagi para pendakwah digital dalam merancang konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga bermuatan nilai yang mampu membangkitkan semangat keagamaan audiensnya.

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh konten dakwah yang disampaikan melalui akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau. Konten dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini bukan konten dakwah secara umum di media sosial melainkan secara khusus merujuk pada materi dakwah yang diunggah dan disampaikan oleh ustadz Adi Hidayat pada akun TikTok @ustadzadhidayaatt yang meliputi tema motivasi beragama, fiqih ibadah, hukum-hukum syariat islam, akhlak serta kajian keislaman lainnya yang disampaikan dalam bentuk video pendek di platform TikTok. Dengan demikian, fokus penelitian ini diarahkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau, khususnya dalam aspek dorongan internal untuk menjalankan ibadah, meningkatkan pemahaman ajaran islam serta memperkuat komitmen dalam mengamalkan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Fokus penelitian dibatasi hanya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau, serta tidak membahas secara luas seluruh konten dakwah di media sosial atau dampaknya pada seluruh mahasiswa UIN Suska Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui **“Seberapa Besar Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau”**.

B. Penegasan Istilah

Penegasan istilah merupakan upaya memberikan definisi yang tepat terhadap istilah-istilah atau konsep-konsep yang digunakan dalam suatu penelitian. Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami istilah-istilah dalam penelitian ini, maka penulis menjabarkan penelitian dari judul “Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau” sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Pengaruh

Pengaruh merupakan salah satu aspek penting dalam proses komunikasi, karena menentukan keberhasilan atau kegagalan dari pesan yang ingin disampaikan (Abidin, M. (2022). Secara umum, pengaruh dapat diartikan sebagai kekuatan yang mampu membawa perubahan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh diartikan sebagai kekuatan yang muncul dari seseorang atau sesuatu yang dapat membentuk karakter, keyakinan atau tindakan seseorang. Selain itu, pengaruh juga dapat dipahami sebagai suatu kondisi, baik dari pengalaman msal lalu maupun situasi saat ini, yang berperan dalam membentuk cara berpikir dan perilaku individu.

2. Konten Dakwah

Konten dakwah adalah suatu isi, informasi atau pesan-pesan yang mengandung nilai keagamaan dan disampaikan oleh seorang pendakwah melalui media online/ media sosial (Munandra, 2023). Secara umum, konten dakwah adalah segala bentuk materi atau pesan yang disampaikan untuk menyampaikan, mengajak, dan menyebarkan ajaran Islam kepada individu atau masyarakat dengan tujuan membina, memperbaiki, dan meningkatkan pemahaman serta pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.

3. TikTok

TikTok merupakan aplikasi jaringan sosial dan platform video musik asal Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini digunakan oleh penggunanya untuk membuat video musik berdurasi pendek mereka sendiri. TikTok menjadi aplikasi paling banyak diunduh, yakni 45,8 juta kali, dengan pengguna aktif mencapai 625 juta orang, menjadikannya sebagai sarana pemberian informasi yang cepat dan menarik saat ini (Yendra et al., 2024).

4. @ustadzadihidayaatt

@ustadzadihidayaatt merupakan sebuah akun di TikTok yang bergerak dibidang dakwah dengan jumlah pengikut sebanyak lebih dari 1.8 juta dan memiliki sebanyak lebih dari 731 postingan, dengan total views mencapai lebih dari 5 juta. Akun tersebut berisi materi dakwah yaitu Ustadz Adi Hidayat.

5. Motivasi Beragama

Motivasi beragama merupakan dorongan internal maupun eksternal yang terdapat dalam diri individu yang mengarahkan seseorang untuk memahami, meyakini serta mengamalkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Dorongan tersebut bersifat psikologis dan spiritual yang mendorong individu untuk mendekati diri kepada Tuhan melalui berbagai aktivitas keagamaan seperti melaksanakan ibadah, mempelajari ajaran agama serta menerapkan nilai-nilai keagamaan dalam perilaku dan sikap hidup (Muhammad & Aji, 2020). Motivasi beragama secara umum adalah dorongan psikologis dan spiritual yang mendorong individu untuk menjalankan ajaran agama, mempercayai nilai-nilai keagamaan, serta terlibat dalam praktik keagamaan sebagai bagian dari kehidupannya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Seberapa Besar Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau?”

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu “Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau.”

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi dakwah digital, dengan menyoroti bagaimana media sosial seperti TikTok dapat menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada generasi muda. Temuan penelitian ini dapat memperkaya teori komunikasi dakwah dengan menambahkan perspektif baru mengenai pengaruh gaya penyampaian, visualisasi konten, dan interaktivitas digital terhadap penerimaan dan internalisasi pesan dakwah oleh audiens. Penelitian ini juga dapat memperluas pemahaman mengenai hubungan antara konsumsi media digital dan motivasi beragama, yang berguna dalam membangun model komunikasi keagamaan yang relevan dengan konteks digital saat ini. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi dan landasan bagi penelitian penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi dan evaluasi terhadap pola konsumsi media sosial di TikTok, dalam membentuk motivasi beragama mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau. Penelitian ini juga dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa akan pengaruh konten dakwah digital seperti yang disajikan oleh akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap sikap, pemahaman, dan semangat beragama dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam memanfaatkan media sosial secara lebih bijak, edukatif, dan bernilai dakwah baik sebagai audiens maupun sebagai calon komunikator yang berperan aktif dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melalui media digital.

F. Batas dan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt yang dipublikasikan melalui platform TikTok terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2025, sehingga interpretasi hasil penelitian disesuaikan dengan kondisi dan konteks pada periode waktu tersebut.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau yang pernah melihat, mengakses, atau terpapar dan mengikuti konten dakwah di platform TikTok, khususnya konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt yang mengandung unsur kajian dakwah, seperti kajian akidah, muamalah, syari'at, ibadah, muhasabah dan motivasi diri, hingga kajian dakwah lainnya. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 72 orang, yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu guna mendukung ketercapaian tujuan penelitian.

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini terdiri atas konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt sebagai variabel independen (X) dan motivasi beragama sebagai variabel dependen (Y). Pengukuran kedua variabel dilakukan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau.

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau. Penelitian ini tidak membahas faktor lain seperti lingkungan keluarga, pendidikan formal keagamaan, pengaruh teman sebaya, budaya sosial, dan pengalaman religius pribadi di luar variabel yang diteliti. Selain itu, penelitian ini juga tidak melakukan perbandingan antar platform media sosial atau jenis konten selain konten dakwah, sehingga pembahasan tetap terfokus dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau” memberikan berupa kebaruan ilmiah dalam beberapa aspek utama yaitu objek spesifik (Akun Dakwah Khusus), variabel dependen (Motivasi Beragama), dan populasi terfokus (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau). Pada penelitian ini, terdapat sejumlah kajian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik atupun penelitian yang akan dilakukan. Kajian-kajian tersebut berfungsi sebagai acuan atau referensi dalam menyusun isi serta merumuskan judul penelitian, sehingga dapat membantu meningkatkan kualitas proses pelaksanaan dan hasil akhir dari penelitian yang dilakukan. Adapun berikut penelitiannya yaitu:

1. Jurnal penelitian oleh Dwifa Ramadani Ginting, dkk yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara.” Pada penelitian ini membuktikan bahwa konten dakwah yang ada di media sosial TikTok memberikan dampak positif pada tingkat religiusitas di kalangan mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan regresi linier sederhana. Hasilnya menjelaskan bahwa konten dakwah di TikTok memiliki kontribusi sebesar 22,7% dalam peningkatan religiusitas mahasiswa. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa dakwah di platform digital seperti TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai alat yang efektif untuk menanamkan nilai-nilai religius di antara mahasiswa. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital lebih cenderung mencari informasi keagamaan melalui media sosial yang mudah diakses dan bersifat audio-visual. Hal ini menekankan bahwa cara penyampaian dakwah yang menarik dan komunikatif lewat TikTok dapat mempengaruhi pandangan dan perilaku keagamaan mahasiswa. Temuan ini sangat relevan untuk penelitian yang akan dilakukan mengenai dampak konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa. Meskipun variabel yang difokuskan berbeda (religiusitas dan motivasi beragama), inti dari penelitian ini tetap sama, yaitu mengevaluasi efektivitas media dakwah di TikTok dalam membentuk aspek keagamaan individu. Kajian ini menunjukkan bahwa media sosial seperti TikTok dapat menjadi alat penting dalam menyebarkan dakwah Islam yang berpengaruh pada aspek psikologis dan perilaku keagamaan para audiensnya (Ginting, Habib, Mansyursyah, & Aulia Siregar, 2024). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan penelitian

kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel Y nya, yang mana pada penelitian terdahulu menggunakan tingkat religiusitas, sedangkan penelitian penulis menggunakan motivasi beragama.

2. Jurnal Penelitian oleh Albahroyni, dkk yang berjudul “Pengaruh Penyampaian Konten Dakwah Di TikTok Terhadap Efektivitas Dakwah Salamtv.” Pada Penelitian ini mengeksplorasi seberapa efektif strategi penyampaian dakwah melalui TikTok dalam meningkatkan dampak dakwah yang dilakukan oleh akun Salamtv. Dengan menerapkan metode kuantitatif dan analisis regresi, penelitian ini menunjukkan bahwa penyampaian dakwah di TikTok memiliki pengaruh signifikan sebesar 59,7% terhadap efektivitas dakwah yang dilakukan. Hasil penelitian ini menyoroti pentingnya cara penyampaian konten dakwah termasuk cara berkomunikasi, visual yang menarik, penggunaan bahasa yang sederhana, serta keterlibatan emosi dalam menentukan seberapa baik pesan dakwah diterima oleh audiens. Efektivitas dakwah tidak hanya tergantung pada substansi pesan keagamaan, tetapi juga pada kreativitas cara penyampaian di platform digital seperti TikTok. Temuan ini mendukung pandangan bahwa media sosial terutama TikTok telah menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan pesan keagamaan kepada masyarakat khususnya di kalangan generasi muda yang lebih aktif di dunia maya. Ini terasa cocok dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu tentang pengaruh konten dakwah dari akun TikTok @ustadzahididayaat terhadap motivasi beragama para mahasiswa (Albahroyni, Hasan Sazali, & Khatibah, 2023). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis regresi untuk mengkaji pengaruh konten dakwah di platform TikTok. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel Y nya, yang mana pada penelitian terdahulu menggunakan efektivitas dakwah, sedangkan penelitian penulis menggunakan motivasi beragama.

3. Penelitian oleh Vike Amalia Putri dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah TikTok Terhadap Sikap Keagamaan Mahasiswa S1 Fakultas Agama Islam Universitas Ahmad Dahlan Angkatan 2019.” Pada penelitian ini menganalisis dampak dari konten dakwah yang tersedia di platform TikTok terhadap perilaku religius mahasiswa. Dengan menerapkan metode kuantitatif dan regresi linier sederhana, penelitian ini menemukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara konten dakwah di TikTok dan sikap religius mahasiswa, dengan nilai koefisien korelasi (R) mencapai 0,549, yang menunjukkan hubungan yang cukup kuat. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial khususnya TikTok memiliki kapasitas besar dalam mempengaruhi perilaku religius seseorang. Dalam hal ini, perilaku religius mencakup pandangan, reaksi emosional, serta kecenderungan mahasiswa terhadap ajaran agama yang mereka anut. Konten dakwah yang disajikan dalam format singkat,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

visual, dan mudah ditemukan terbukti mempengaruhi pola pikir dan tindakan religius mahasiswa dengan cara yang signifikan. Temuan ini sangat berhubungan dengan penelitian mengenai dampak konten dakwah TikTok, khususnya dari akun @ustadzadhidayaatt, terhadap motivasi religius mahasiswa. Walaupun penelitian sebelumnya lebih fokus pada sikap religius dan tidak langsung pada motivasi beragama, keduanya sangat terkait. Sikap merupakan elemen penting dalam membentuk dan memperkuat motivasi, terutama dalam konteks spiritual. Ini berarti bahwa jika seseorang memiliki sikap religius yang positif, maka kemungkinan besar ia juga akan memiliki motivasi yang kuat untuk menerapkan nilai-nilai agama dalam kehidupannya (Putri, 2019). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan penelitian kuantitatif dengan metode regresi linier sederhana untuk menganalisis pengaruh konten dakwah di platform TikTok terhadap aspek keagamaan mahasiswa. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel Y nya, yang mana pada penelitian terdahulu menggunakan sikap keagamaan, sedangkan penelitian penulis menggunakan motivasi beragama.

4. Jurnal penelitian oleh Lux Luil Lulu, dkk yang berjudul “Dakwah TikTok: Pengaruhnya Terhadap Religiusitas Mahasiswa.” Pada penelitian ini mengeksplorasi bagaimana konten dakwah yang disebar di TikTok mempengaruhi tingkat religiusitas pada mahasiswa. Dengan menerapkan metode kuantitatif dan analisis regresi linier sederhana, hasil menunjukkan bahwa dakwah melalui TikTok memberikan kontribusi sebesar 35,1% dalam meningkatkan religiusitas mahasiswa. Penelitian ini mengungkapkan bahwa dakwah yang ada di TikTok tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap dari media dakwah konvensional, tetapi juga telah berkembang menjadi alat utama untuk menjangkau generasi muda, khususnya kalangan mahasiswa. Religiusitas yang diukur dalam penelitian ini mencakup keyakinan, praktik keagamaan, pemahaman mengenai agama, dan pengalaman spiritual. Konten dakwah yang menarik, mudah diakses, serta disajikan secara kreatif di TikTok telah terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi mahasiswa dalam menerapkan ajaran agama. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang akan dilakukan mengenai dampak konten dakwah di TikTok dari akun @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa. Meskipun fokus penelitian itu berbedayaitu studi mengenai religiusitas secara umum dibandingkan dengan motivasi beragama secara spesifik keduanya berada dalam bidang yang sama, yaitu pengaruh media dakwah digital terhadap aspek internal keagamaan individu. Dalam konteks ini, peningkatan religiusitas sering kali dipicu oleh motivasi intrinsik yang muncul dari paparan terhadap pesan-pesan agama yang relevan dan menyentuh perasaan (Lulu, Anshori, & Hendrayani, 2023). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sama merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana untuk mengkaji pengaruh konten dakwah di platform TikTok terhadap aspek keagamaan mahasiswa. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel Y nya, yang mana pada religiusitas yang mencakup keyakinan, praktik keagamaan, pemahaman agama, dan pengalaman spiritual, sedangkan penelitian penulis menggunakan motivasi beragama.

5. Jurnal Penelitian oleh Ayu Lestari Budiarti, dkk yang berjudul “Analisis Dakwah TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa: Studi Kasus pada Pengguna Aktif TikTok di Kalangan Mahasiswa UPI.” Pada penelitian ini mengkaji religiusitas melalui tiga dimensi utama, yaitu pemahaman agama, praktik beragama, dan sikap terhadap agama. Temuan menunjukkan bahwa konten dakwah di TikTok memberikan dampak positif pada ketiga dimensi ini. Artinya, semakin sering mahasiswa melihat konten dakwah yang berkualitas, semakin tinggi pula pemahaman, keterlibatan dalam praktik keagamaan mereka, dan sikap positif terhadap nilai-nilai islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode studi kasus, memungkinkan peneliti untuk memperlihatkan secara mendalam bagaimana mahasiswa pengguna aktif TikTok merespons pesan-pesan dakwah yang ada di platform tersebut. Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah bahwa penyajian yang menarik, singkat, dan relevan dapat meningkatkan perhatian mahasiswa terhadap nilai-nilai religius termasuk mereka yang sebelumnya kurang terlibat dalam aktivitas keagamaan. Temuan ini sejalan dengan dan memperkuat penelitian yang memperhatikan pengaruh konten dakwah di TikTok, terutama dari akun @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa. Walaupun variabel yang diteliti berbeda secara spesifik yaitu religiusitas secara umum dibandingkan dengan motivasi beragama secara khusus keduanya berada dalam area psikologis dan perilaku keagamaan. Peningkatan pemahaman, sikap, dan praktik keagamaan seperti yang ditemukan dalam studi ini sering kali didukung oleh berkembangnya motivasi internal yang diperkuat melalui konten dakwah yang inspiratif (Budiarti, Alviyah, Triana, et all, 2023). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan penelitian kuantitatif untuk mengkaji pengaruh konten dakwah di platform TikTok terhadap aspek keagamaan mahasiswa. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel Y nya, yang mana pada penelitian terdahulu menggunakan tingkat religiusitas, sedangkan penelitian penulis menggunakan motivasi beragama. Perbedaannya dari segi metode penelitian, penelitian terdahulu menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode studi kasus, sedangkan penelitian penulis ini menggunakan pendekatan kuantitatif murni.

6. Jurnal Penelitian oleh Lestari D, dan Arifin M, yang berjudul “Efektivitas Dakwah Akun TikTok @MSALBANIQUOTES dalam Meningkatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemahaman Keagamaan Islam bagi Masyarakat.” Pada penelitian ini menekankan bahwa konten dakwah di TikTok bisa menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat secara luas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner serta observasi terhadap reaksi pengguna terhadap video dakwah dari akun @MSALBANIQUOTES. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dakwah dari akun tersebut berhasil meningkatkan pemahaman agama masyarakat, khususnya mengenai aspek-aspek dasar ajaran Islam seperti akidah, ibadah, dan akhlak. Hal ini ditunjang oleh cara penyampaian yang jelas, berbasis kutipan dari ulama, serta penggunaan audio visual yang menarik dan mudah dimengerti, terutama oleh pengguna TikTok yang sebagian besar adalah generasi muda. Temuan ini memberikan sumbangsih penting bagi kajian tentang dakwah digital, termasuk dalam konteks penelitian mengenai dampak konten dakwah dari akun TikTok @ustadzahidhayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa. Meskipun audiensnya berbeda (masyarakat umum versus mahasiswa), isi pengaruhnya memiliki persamaan, yaitu bagaimana konten dakwah dapat menanamkan dan menguatkan nilai-nilai Islam dalam diri audiens. Peningkatan pemahaman agama, seperti yang terungkap dalam penelitian ini, seringkali menjadi syarat untuk munculnya motivasi internal dalam melaksanakan ajaran agama secara konsisten (Lestari D, dan Arifin M, 2023) . Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan penelitian kuantitatif untuk mengkaji efektivitas konten dakwah di platform TikTok dari akun spesifik terhadap aspek keagamaan audiens. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel Y nya, yang mana pada penelitian terdahulu menggunakan pemahaman keagamaan Islam yang mencakup aspek akidah, ibadah, dan akhlak, sedangkan penelitian penulis menggunakan motivasi beragama. Perbedaan dari segi subjek penelitian, penelitian terdahulu melibatkan masyarakat umum sebagai audiens, sedangkan penelitian penulis ini berfokus secara khusus pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau.

Jurnal penelitian oleh Margareta Dewi Widiarti, dkk yang berjudul “Pengaruh Video Dakwah Terhadap Meningkatkan Iman Dalam Beragama.” Pada penelitian ini menunjukkan bahwa video dakwah berdampak positif pada peningkatan iman individu, terutama dalam aspek kesadaran spiritual, penguatan nilai tauhid, dan dorongan untuk menerapkan ajaran agama dengan lebih konsisten. Kendati demikian, penelitian ini juga menyoroti sisi kritis dari fenomena dakwah digital, yang mencakup risiko ambiguitas dalam makna ketika pesan dakwah disampaikan secara singkat dan padat. Dalam beberapa situasi, penggunaan bahasa simbolis, unsur humor, atau potongan ceramah yang tidak lengkap dapat menyebabkan pemahaman yang keliru jika konteks yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memadai tidak disediakan. Walaupun demikian, secara umum, video dakwah masih dianggap efektif dalam menyentuh aspek emosional dan spiritual dari audiens, khususnya pada generasi muda yang lebih mengagumi media yang cepat, visual, dan menarik. Temuan ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam kajian mengenai dampak konten dakwah TikTok, khususnya dari akun @ustadzadhidayaatt, terhadap motivasi beragama di kalangan mahasiswa. Peningkatan iman seringkali berkaitan dengan motivasi religius internal yang mendorong seseorang untuk lebih giat beribadah, mendalami ajaran agama, dan menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Konten dakwah yang disajikan dalam format video singkat terbukti menjadi penggerak yang kuat untuk meningkatkan semangat dalam beragama, asalkan disertai dengan pemahaman yang tepat (Widiarti, Qaustar, Fauzean, Hana, et al., 2023). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama mengkaji dampak positif konten dakwah dalam format video terhadap aspek keagamaan individu, khususnya dalam meningkatkan dorongan untuk menerapkan ajaran agama dengan lebih konsisten. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel Y nya, yang mana pada penelitian terdahulu berfokus pada peningkatan iman dalam beragama yang mencakup kesadaran spiritual, penguatan nilai tauhid, dan dorongan konsistensi beragama, sedangkan penelitian penulis menggunakan motivasi beragama.

8. Jurnal penelitian oleh Salsabila Nuha Aini, dkk yang berjudul “Analisis Mengenai Metode Dakwah Islami Melalui Platform TikTok pada Gen Z.” Pada penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan partisipan yang berasal dari kalangan remaja dan mahasiswa yang aktif menggunakan TikTok. Temuan menunjukkan bahwa TikTok berfungsi sebagai alat dakwah yang efisien dalam menarik perhatian kaum muda, memperkenalkan nilai-nilai Islam dengan cara yang ringan namun tetap relevan, serta mampu menjangkau audiens dalam skala yang luas. Namun, penelitian ini juga menekankan pentingnya memperhatikan keakuratan dan validitas konten dakwah yang dibagikan. Mengingat karakter TikTok yang mengutamakan cepat dan visual yang kreatif, ada kemungkinan ajaran Islam disampaikan secara tidak lengkap, bahkan dapat menyebabkan salah tafsir bila tidak disertai dengan sumber yang jelas dan berwenang. Untuk itu, para pembuat konten dakwah di TikTok harus memiliki pemahaman agama yang mendalam dan bertanggung jawab saat menyampaikan pesan dakwah. Temuan ini relevan dengan arah penelitian mengenai pengaruh konten dakwah pada akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa. Gen Z, termasuk mahasiswa, adalah konsumen utama konten TikTok, dan mereka sangat terpengaruh oleh narasi visual yang disajikan dengan menarik. Meskipun efektivitas dakwah melalui TikTok telah terbukti, sebagaimana diungkapkan dalam penelitian ini, masih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perlu diteliti lebih lanjut seberapa jauh konten tersebut benar-benar membentuk motivasi internal mahasiswa dalam beragama, bukan hanya sekadar memberikan informasi (Aini, Myrilla, Razendri I, Zuna, et all, 2024). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan penelitian kuantitatif untuk mengkaji efektivitas dakwah melalui platform TikTok terhadap generasi muda, khususnya mahasiswa yang merupakan bagian dari Gen Z. Sedangkan perbedaannya yaitu pada pendekatan penelitian, penelitian terdahulu menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang lebih menekankan pada analisis metode dakwah secara umum, sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan kuantitatif yang lebih fokus pada analisis pengaruh terhadap motivasi beragama.

9. Jurnal penelitian oleh Rahmawati yang berjudul “Pengaruh Video Dakwah pada Akun TikTok @Faizinaufal terhadap Kesadaran Followers.” Pada penelitian ini mengeksplorasi bagaimana konten dakwah yang secara teratur diunggah lewat TikTok dapat meningkatkan kesadaran beragama di kalangan para pengikut akun tersebut. Dengan metode kuantitatif yang bersifat korelasional, studi ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara seberapa sering pengguna menonton video dakwah dari akun @Faizinaufal dan peningkatan kesadaran beragama mereka, dengan fokus pada refleksi diri, peningkatan dalam ibadah, dan perhatian terhadap nilai-nilai keislaman. Penelitian ini menekankan bahwa kekuatan utama dakwah digital di TikTok berasal dari konsistensinya, kedekatan gaya bahasa yang digunakan, serta penyampaian pesan yang mudah dipahami, semua ini membantu membangun koneksi emosional antara dai dan penonton. Dalam hal akun @Faizinaufal, pendekatan yang bersahabat, sopan, dan mudah untuk terkait dalam kehidupan sehari-hari menjadikan pesan-pesan dakwah lebih relevan dan diterima oleh para pemuda. Temuan ini memperkuat fokus penelitian yang menyelidiki dampak konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama di kalangan mahasiswa. Kesadaran beragama menjadi salah satu indikator penting dalam proses internalisasi nilai-nilai Islam, yang pada akhirnya dapat membentuk motivasi intrinsik seseorang dalam beragama (Rahmawati 2023). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan penelitian kuantitatif untuk mengkaji pengaruh konten dakwah dari akun TikTok spesifik terhadap aspek keagamaan audiens. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel Y nya, yang mana pada penelitian terdahulu menggunakan kesadaran beragama, sedangkan penelitian penulis menggunakan motivasi beragama.

10. Jurnal penelitian oleh Nuraini yang berjudul “Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah (#dakwahislam) TikTok terhadap Sikap Keislaman pada Mahasiswa di Pekanbaru.” Pada penelitian ini bertujuan untuk memahami seberapa besar frekuensi atau intensitas mahasiswa dalam mengakses konten

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dakwah Islam melalui TikTok dan dampaknya terhadap pembentukan sikap keislaman mereka. Dengan menerapkan metode kuantitatif dan analisis regresi, penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensitas menonton konten dakwah dan perkembangan sikap keislaman mahasiswa. Hal ini mencakup aspek kognitif, afektif, dan konatif. Temuan menunjukkan bahwa mahasiswa yang lebih sering menonton konten dakwah di TikTok dengan tagar dakwah islam cenderung memiliki kesadaran beragama yang lebih baik, lebih aktif dalam beribadah, serta menunjukkan perilaku sosial yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Ini menandakan bahwa seringnya terpapar konten dakwah yang edukatif dan inspiratif di TikTok dapat memperkuat sikap keberagamaan, khususnya di kalangan generasi muda yang merupakan pengguna aktif platform media sosial ini. Penelitian ini sangat relevan untuk mendukung kajian tentang dampak konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi religius mahasiswa, karena menggarisbawahi pentingnya bukan hanya isi konten, tetapi juga seberapa sering audiens terpapar pada konten tersebut. Jika konten dakwah yang disajikan menarik dan mudah diakses, pengulangan pesan tersebut akan membantu memperkuat nilai dan sikap keagamaan internal (Nuraini, F, 2023). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu sama-sama merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis regresi untuk mengkaji pengaruh konten dakwah di platform TikTok terhadap aspek keagamaan mahasiswa. Sedangkan perbedaannya yaitu pada variabel independen dan dependen yang diteliti, yang mana pada penelitian terdahulu berfokus pada intensitas menonton konten dakwah (#dakwahislam) terhadap sikap keislaman yang mencakup aspek kognitif, afektif, dan konatif, sedangkan penelitian penulis mengkaji pengaruh konten dakwah dari akun spesifik terhadap motivasi beragama.

B. Landasan Teori

Landasan teori merupakan bagian penting dalam penelitian yang berfungsi sebagai dasar konseptual untuk menjelaskan variabel-variabel yang diteliti. Melalui landasan teori, peneliti dapat memahami konsep, definisi serta hubungan antar variabel berdasarkan pandangan para ahli dan teori yang relevan. Landasan teori juga membantu peneliti dalam menyusun kerangka berpikir serta menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, landasan teori digunakan untuk menjelaskan konsep mengenai konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt sebagai variabel independen (X) serta motivasi beragama sebagai variabel dependen (Y), yang selanjutnya diinterpretasikan menggunakan teori komunikasi yang relevan guna untuk memahami bagaimana pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

angkatan 2022 UIN Suska Riau.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama yaitu variabel X dan variabel Y. Variabel X adalah konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt, yang secara teoritis merujuk pada pesan atau materi dakwah yang disampaikan melalui media sosial dalam bentuk video pendek yang berisi ajaran, nilai dan pesan keislaman yang bertujuan mengajak audiens kepada kebaikan dan pemahaman agama yang lebih baik. Konten dakwah ini dipahami melalui perspektif teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu seperti kebutuhan informasi, spiritualitas dan pemahaman keagamaan, serta teori *Uses and Effect* yang menjelaskan bahwa penggunaan media dapat menimbulkan efek tertentu pada sikap dan perilaku individu. Sementara itu, variabel Y yaitu motivasi beragama merujuk pada dorongan psikologis dan spiritual dalam diri seseorang untuk menjalankan ajaran agama, meningkatkan pemahaman keagamaan serta melakukan aktivitas ibadah sebagai bentuk kedekatan kepada Tuhan. Motivasi beragama ini dapat tercermin melalui keinginan untuk memperdalam ajaran islam, meningkatkan kualitas ibadah serta menjadikan nilai-nilai agama sebagai pedoman dalam kehidupan sehari-hari.

1. Teori *Uses and Gratifications*

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratifications*. Teori ini dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974. Teori ini muncul sebagai respons kritis terhadap paradigma komunikasi massa tradisional yang menempatkan audiens sebagai pihak pasif yang hanya menerima pesan media tanpa daya seleksi. Katz, Blumler, dan Gurevitch menawarkan perspektif baru yang revolusioner dengan memposisikan audiens sebagai individu aktif yang memiliki otonomi penuh dalam memilih dan menggunakan media berdasarkan kebutuhan, motivasi, dan tujuan spesifik mereka (Agustini, 2022).

Menurut Blumler dan Katz, teori *uses and gratifications* dibangun atas tiga asumsi fundamental. Pertama, audiens dianggap sebagai pihak yang aktif dan *goal-oriented* dalam penggunaan media massa, artinya mereka memiliki tujuan tertentu ketika mengakses media dan tidak sekadar menerima informasi secara pasif. Kedua, inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan dengan pilihan media terletak pada anggota audiens itu sendiri, bukan pada media atau pesan yang disampaikan. Ketiga, media berkompetisi dengan sumber-sumber kepuasan lainnya dalam memenuhi kebutuhan audiens, sehingga pilihan individu terhadap media tertentu merupakan hasil dari pertimbangan rasional tentang medium mana yang paling efektif dalam memuaskan kebutuhan mereka (Arifin, 2022). Dalam kaitannya dengan akun TikTok @ustadzadhidayaatt, mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau dapat dikatakan mengonsumsi konten dakwah tersebut karena merasa ada kebutuhan spiritual atau ingin meningkatkan pemahaman agama

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai bagian dari identitas diri dan pencarian makna hidup.

Blumler dan Katz mengidentifikasi bahwa media dapat digunakan untuk:

- a. **Kebutuhan informasi:** Memperoleh wawasan dan pengetahuan tentang suatu hal.
- b. **Identitas pribadi:** Memperkuat nilai, kepercayaan, dan identitas diri.
- c. **Integrasi sosial dan interaksi personal:** Membangun rasa memiliki dan keterikatan dengan kelompok atau komunitas tertentu.
- d. **Hiburan dan pelarian:** Mencari kesenangan atau menghindari kejenuhan dan tekanan kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks digitalisasi dan kemunculan media sosial, teori *uses and gratifications* mengalami revitalisasi dan menjadi semakin relevan untuk menjelaskan perilaku konsumsi media di era digital. Platform seperti TikTok memungkinkan audiens untuk tidak hanya pasif mengonsumsi konten tetapi juga aktif memilih, menyaring, berinteraksi, bahkan memproduksi konten sesuai dengan preferensi dan kebutuhan individual mereka. Karakteristik interaktif dan personal dari media sosial memperkuat posisi audiens sebagai pihak yang aktif sebagaimana yang dikonseptualisasikan oleh Blumler dan Katz (Pradana & Haflar, 2020).

Dalam penelitian ini, teori *uses and gratifications* menjadi kerangka teoretis yang tepat untuk memahami bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau secara aktif dan selektif menggunakan konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt. Mahasiswa tidak sekadar mengonsumsi konten dakwah sebagai penonton pasif melainkan mereka secara sadar memilih konten tersebut berdasarkan kebutuhan spiritual, informasi keagamaan, pencarian identitas religius, dan keinginan untuk memperkuat nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Proses seleksi ini didasarkan pada evaluasi subjektif bahwa konten dakwah yang disajikan mampu memenuhi kebutuhan kognitif mereka akan pengetahuan agama, kebutuhan afektif akan kedamaian spiritual, kebutuhan integrasi personal dalam memperkuat identitas sebagai muslim, serta kebutuhan integrasi sosial dalam membangun komunitas keagamaan (Putri & Azeharie, 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan relevansi teori *uses and gratifications* dalam konteks media sosial dan konten keagamaan. Penelitian oleh Sari dan Purworini (2020) tentang motif penggunaan konten dakwah di TikTok menemukan bahwa pengguna termotivasi oleh kebutuhan informasi keagamaan, pengembangan diri, dan identitas religius. Penggunaan media sosial untuk dakwah menunjukkan bahwa audiens mencari kepuasan spiritual dan penguatan nilai keagamaan melalui konten dakwah digital (Rahmawati, et all, 2021). Terkait motif mahasiswa mengikuti akun dakwah di TikTok mengungkapkan bahwa kebutuhan kognitif dan integrasi personal menjadi pendorong utama di dalam memenuhi kepuasan spiritual dan penguatan nilai religiusitas ataupun keagamaan melalui konten dakwah digital, seperti media sosial TikTok yang termasuk ke dalam media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



sosial.

Dakwah sebagai unit komunikasi terstruktur yang melibatkan aktor (da'i/penyampai), pesan (ajaran/nasihat), saluran (masjid, media sosial seperti Instagram, TikTok, Podcast, YouTube, siaran), penerima (umat, masyarakat, maupun segmen tertentu) dan mekanisme umpan balik (tanggapan, komentar, pertanyaan, praktik). Dengan struktur ini, dakwah berfungsi layaknya *communication unit* yang bisa dianalisis lewat model komunikasi yaitu *sender* → *message* → *channel* → *receiver* → *feedback* (Suprima, 2021).

Konten dakwah merupakan konteks digital masa kini yang bukan hanya penyampaian ajaran agama secara lisan atau tulisan tradisional melainkan konten yang dirancang dengan strategi komunikasi, estetika visual, dan adaptasi media sosial agar lebih relevan dan mudah diterima audiens khususnya generasi muda (Obiyanto, Baihaqi, Al-Fawwaz, 2024). Berdasarkan studi pada Instagram, YouTube, dan TikTok, konten dakwah efektif bila disusun dengan video pendek yang kreatif, bahasa yang dekat dengan keseharian pengguna, visual menarik, serta narasi yang mampu memicu interaksi seperti komentar, *like*, dan *share* (Asri Sri Rezeki, 2024). Konten juga harus sensitif terhadap timing dan frekuensi unggahan agar sesuai dengan algoritma platform media sosial (Saiful Azhar, & Fatimah Fatimah Azzahra, 2022). Lebih jauh, literasi digital dari pendakwah sangat penting agar pesan dakwah tidak terdegradasi oleh misinformasi, gaya komersialisme, atau penyalahgunaan retorika (M. Nashoihul Ibad, 2024).

Engagement atau keterlibatan aktif audiens di kolom komentar atau diskusi *live* juga menjadi indikator kuat efektivitas konten dakwah digital (Anggun Dwi Nanda Nasution, Ridho Suwarno, et all, 2023). Dalam hal dampak, konten dakwah digital terbukti berkontribusi pada peningkatan pemahaman nilai-nilai islam di kehidupan sehari-hari, dengan catatan bahwa relevansi konten dan gaya penyampaian sangat menentukan seberapa besar konten itu mempengaruhi sikap dan praktik ibadah.

b. Materi/Pesan Dakwah

Materi atau pesan dakwah adalah kandungan pesan yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u. Yang secara umum dapat dikelompokkan menjadi:

1) Pesan Akidah, yang meliputi:

- a) **Iman kepada Allah SWT:** Keyakinan mutlak bahwa hanya ada satu Tuhan (Allah SWT) yang maha esa, pencipta, pemelihara, dan pengatur alam semesta, yang memiliki sifat-sifat sempurna (Attaqwa, 2025).
- b) **Iman kepada Malaikat:** Keyakinan bahwa Allah menciptakan makhluk ghaib (makhluk ciptaan Allah yang tidak terlihat oleh pancaindra manusia) salah satunya bernama malaikat. Makhluk tanpa nafsu yang diciptakan dari nur (cahaya) yang menjalankan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perintah Allah tanpa melanggar perintah Allah satupun seperti perintah mencatat amal baik dan buruk manusia, menyampaikan wahyu, dan tugas/perintah lainnya (Faridah, 2024).

- c) **Iman kepada kitab:** Keyakinan bahwa Allah menurunkan wahyu melalui kitab-kitab suci kepada para rasul sebagai petunjuk hidup yaitu kitab Taurat, Zabur, Injil, dan Al-Qur'an. Kitab suci Al-Qur'an adalah penutup wahyu yang bersifat otentik dan jadi sumber syariah dan pedoman akhlak terkhusus buat orang beriman (Hanifah, 2024).
 - d) **Iman kepada rasul/nabi:** Suatu keyakinan bahwa Allah mengutus rasul/nabi kepada umat manusia sebagai pembawa wahyu dan teladan; menerima kenabian mereka, mempercayai sifat-sifat wajib bagi rosul, dan tujuan pengutusannya yaitu menyampaikan syariat dan petunjuk kepada umat manusia (Isnaeni, 2024).
 - e) **Iman kepada hari akhir:** Keyakinan bahwa akan ada kehidupan setelah mati (akhirat) termasuk peristiwa peristiwa kiamat, hari hisab (perhitungan), dan percaya adanya surga dan neraka; bahwa semua perbuatan akan diberi ganjaran atau siksaan secara adil pada hari pembalasan (Dzakirah, 2025).
 - f) **Iman kepada Qadha-Qadar:** Suatu keyakinan bahwa segala sesuatu terjadi menurut ketentuan (qadha') dan ukuran (qadar) Allah; yaitu kehendak dan penetapan yang maha kuasa, serta memahami hubungan antara takdir Allah dan usaha (ikhtiar) manusia (Sabila, 2025).
- 2) **Pesan Syariah, meliputi ibadah serta muamalah.**
- a) **Pesan Syari'ah (Ibadah):** Ibadah dalam konteks pesan syariah dipahami bukan hanya sebagai rangkaian ritual formal (shalat, puasa, zakat, haji), tetapi juga sebagai tindakan totalitas ketaatan dan penghambaan yang meliputi lisan, hati, dan tindakan sehari-hari. Penelitian kajian dakwah dan komunikasi Islam di Indonesia menegaskan bahwa pesan ibadah pada materi dakwah sering dikonstruksi sebagai tuntunan perilaku ritual sekaligus sebagai pedoman transformasi personal. pembiasaan akhlak dan konsistensi ritual yang bertujuan membentuk identitas religius dan kebiasaan beragama pada audiens muda (Maharani, 2024).
 - b) **Pesan Syari'ah (Muamalah):** Muamalah pada pesan syariah merujuk pada seluruh aturan dan panduan interaksi sosial-ekonomi yang mengatur hubungan antar manusia seperti jual beli, sewa, pinjam meminjam, dan bentuk transaksi kontemporer

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lainnya. Dalam kajian dakwah kontemporer, pesan muamalah ditujukan untuk mengedukasi masyarakat bahkan generasi muda tentang praktik ekonomi halal dan etika transaksi sehari-hari (Rianda, Anggraini, et all, 2024).

3) Pesan akhlak, meliputi akhlak terhadap Allah dan akhlak terhadap makhluk (Ridlo, 2021).

a) **Akhlak Terhadap Allah**, Akhlak terhadap Allah adalah pola sikap dan perilaku religius yang berakar pada pengakuan tauhid, kesadaran akan kehadiran dan kekuasaan Allah (taqwa), serta terwujud dalam tindakan ibadah yang ikhlas, ketaatan pada syariat, dan komitmen moral sehari-hari. akhlak kepada Allah bukan sekadar ritual formal, melainkan fondasi normatif yang membentuk motif internal (iman dan keikhlasan) sehingga mempengaruhi konsistensi pelaksanaan ibadah, pengambilan keputusan etis, dan ketahanan moral individu di tengah perubahan sosial (Ramadhan, Fathurrahman, et all, 2024).

b) **Akhlak Terhadap Makhluk**, Akhlak terhadap makhluk merujuk pada sikap etis dan perilaku sosial yang ditunjukkan kepada sesama manusia, hewan, dan lingkungan mencakup adab terhadap keluarga, tetangga, teman, dan lingkungan alam. akhlak terhadap makhluk berwujud dalam tindakan empati, tolong-menolong, kejujuran, penghormatan hak orang lain, serta tanggung jawab ekologis; nilai-nilai ini digambarkan sebagai manifestasi moral yang melengkapi dimensi spiritual (akhlak kepada Allah) dalam membentuk masyarakat harmonis, bahkan akhlak tersebut sebaiknya di tanamkan sejak usia dini ataupun anak-anak (Hayati, Hafifa, et all 2024).

4. Media Sosial

Media sosial didefinisikan sebagai media online di mana pengguna dapat berkontribusi, berbagi, dan membuat materi dengan mudah seperti blog, jejaring sosial (Facebook, Youtube, TikTok, Myspace, dan Twitter), wiki, forum, dan dunia maya. Jejaring sosial adalah jenis media sosial yang paling sering digunakan orang karena memungkinkan pengguna membuat situ web pribadi dan terhubung dengan teman untuk bertukar informasi dan berkomunikasi (Purbohastuti, 2019). Media sosial adalah media online yang memungkinkan sekelompok orang atau individu saling berinteraksi satu sama lain dengan berbagi informasi, bertukar pendapat, dan peminatan (M. S. Ummah, 2019).

Media sosial juga dapat dipahami sebagai media online yang memungkinkan sekelompok orang atau individu saling berinteraksi satu sama lain dengan berbagi informasi, bertukar pendapat, dan peminatan (M. S. Ummah, 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

spiritual dimana seseorang terdorong untuk mendekati diri kepada Tuhan, mencari makna hidup, dan memperoleh rasa tenteram melalui aktivitas-aktivitas keagamaan seperti beribadah, berdoa, atau mengikuti pengajian (Muhammad & Aji, 2020). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah "motivasi beragama" tidak secara eksplisit didefinisikan. Secara umum, "motivasi" diartikan sebagai dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Sedangkan "beragama" berarti menganut agama atau kepercayaan terhadap Tuhan. Dengan demikian, "motivasi beragama" dapat dipahami sebagai dorongan atau alasan yang mendorong seseorang untuk menjalankan ajaran dan praktik keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. (Muhammad & Aji, 2020).

Menurut Sari dan Wijaya (2020), motivasi beragama adalah kekuatan psikologis yang mendorong individu untuk mengamalkan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari baik dalam dimensi ritual, sosial, maupun spiritual. Rahmawati (2021) menjelaskan bahwa motivasi beragama tidak hanya berkaitan dengan pelaksanaan ibadah formal tetapi juga mencakup internalisasi nilai-nilai agama yang mempengaruhi perilaku, sikap, dan pandangan hidup seseorang. Motivasi ini bersifat dinamis dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal.

b. Konsep Motivasi Beragama

1) Aspek Ritual (Ibadah)

Aspek ini berkaitan dengan motivasi untuk melaksanakan kewajiban-kewajiban agama seperti shalat, puasa, zakat, dan haji. Menurut Putri (2019), dimensi ritual mencerminkan tingkat ketaatan seseorang terhadap perintah agama yang bersifat formal dan terstruktur.

2) Aspek Ideologis (Kepercayaan)

Aspek ini menyangkut motivasi untuk mempertahankan dan memperkuat keyakinan terhadap ajaran agama. Santoso (2020) mengemukakan bahwa dimensi ideologis meliputi kepercayaan terhadap keberadaan Allah, hari akhir sebagai bukti akan bentuk dari keimanan (kepercayaan) kepada Allah SWT, dan konsep-konsep teologis lainnya.

3) Aspek Intelektual (Pengetahuan)

Aspek ini berkaitan dengan motivasi untuk menambah pengetahuan agama. Menurut Andriani (2021), dimensi intelektual mencakup dorongan untuk mempelajari Al-Quran, hadis, fiqh, dan ilmu-ilmu keislaman lainnya.

4) Aspek Inperensial (Pengalaman)

Aspek ini meliputi motivasi untuk merasakan pengalaman spiritual yang mendalam. Kurniawan (2019) menyatakan bahwa dimensi

eksperiensial mencakup perasaan dekat dengan Allah, ketenangan batin, dan pengalaman spiritual lainnya.

5) Aspek Konsekuensial (Sosial)

Aspek ini berkaitan dengan motivasi untuk mengamalkan ajaran agama dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Hasanah (2022), dimensi konsekuensial mencakup perilaku tolong-menolong, kejujuran, dan akhlak mulia dalam interaksi sosial.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Beragama

1) Faktor Internal

- a) **Kebutuhan Spiritual:** Dorongan alamiah manusia untuk mencari makna hidup dan hubungan dengan Tuhan (Wijaya, 2020). Bahkan kebutuhan spiritual juga terpenuhi ketika mahasiswa merasakan kedamaian batin setelah beribadah, mendapat hidayah dalam mengambil keputusan penting, atau menemukan motivasi baru setelah berdoa dan bertawakal.
- b) **Kondisi Psikologis:** Keadaan mental dan emosional yang mempengaruhi religiusitas (Sari, 2021). Kondisi psikologis mahasiswa memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat religiusitas dan ketaatan beragama dalam kehidupan sehari-hari di kampus. kondisi psikologis yang stabil dan positif dapat memperkuat komitmen beragama karena mahasiswa merasa lebih mampu menjalankan ibadah dengan konsisten dan khusyuk. Fase perkuliahan yang penuh dengan dinamika emosional mulai dari stres menghadapi ujian, hingga pergulatan identitas diri seringkali menjadi momen di mana mahasiswa mempertanyakan atau justru memperdalam keyakinan spiritual mereka.
- c) **Pengalaman Pribadi:** Pengalaman spiritual dan keagamaan yang pernah dialami (Rahmawati, 2019). Pengalaman pribadi yang bersifat spiritual dan keagamaan memiliki peran penting dalam membentuk dan memperkuat religiusitas mahasiswa selama masa perkuliahan, seperti halnya merasakan kekhusyukan luar biasa saat shalat tahajud menjelang ujian dan kemudian doa terkabul dengan hasil yang memuaskan, memperoleh pertolongan Allah di saat terdesak secara finansial atau akademik, merasakan kedamaian hati setelah mengikuti pengajian bahkan pengalaman spiritual saat menunaikan ibadah yang mengubah pandangan hidup.

2) Faktor Eksternal

- a) **Lingkungan Keluarga:** Pola asuh dan nilai-nilai agama yang ditanamkan dalam keluarga (Putri, 2020). Lingkungan keluarga menjadi fondasi utama yang membentuk karakter religius

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



mahasiswa jauh sebelum mereka memasuki dunia perkuliahan. Pola asuh orang tua yang menekankan nilai-nilai keagamaan sejak kecil seperti membiasakan sholat berjamaah, membaca Al-Quran, atau berdiskusi tentang ajaran agama akan tertanam kuat dalam diri mahasiswa dan menjadi pegangan ketika mereka harus hidup mandiri di kampus.

- b) **Lingkungan Sosial:** Pengaruh teman sebaya, masyarakat, dan lingkungan sekitar (Santoso, 2021). Lingkungan sosial di kampus memiliki pengaruh yang sangat dinamis terhadap religiusitas mahasiswa, seringkali bahkan lebih kuat daripada didikan keluarga karena intensitas interaksi sehari-hari yang tinggi. Jadi, mahasiswa harus mampu menavigasi berbagai pengaruh sosial ini yang dapat memilih lingkungan pergaulan yang mendukung pertumbuhan spiritual mereka sambil tetap terbuka terhadap keberagaman karena teman sebaya dan komunitas sosial di kampus menjadi cermin sekaligus pembentuk identitas keagamaan mereka terutama selama masa perkuliahan.
- c) **Media dan Teknologi:** Konten dakwah di media sosial dan platform digital (Andriani, 2022). Media dan teknologi telah mengubah cara mahasiswa mengakses, memahami, dan mempraktikkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari mereka. Sebagai generasi *digital native*, mahasiswa lebih sering mengonsumsi konten dakwah melalui platform seperti TikTok yang termasuk kedalam media baru ketimbang menghadiri pengajian konvensional, karena format yang lebih ringkas, menarik, dan bisa diakses kapan saja sesuai dengan jadwal kuliah yang padat.
- d) **Pendidikan Agama:** Proses pembelajaran agama formal dan non-formal (Kurniawan, 2020). Pendidikan agama yang diterima mahasiswa, baik melalui jalur formal maupun non-formal, membentuk kerangka pemahaman dan praktik keberagaman mereka selama menjalani kehidupan kampus, karena pendidikan agama formal dan non-formal memiliki peran berbeda namun saling melengkapi dalam membentuk religiusitas mahasiswa di kampus. Pendidikan formal melalui mata kuliah agama memberikan dasar teoritis namun seringkali kurang aplikatif, sementara itu pendidikan non-formal seperti halaqah, mentoring, dan kajian keagamaan menawarkan pemahaman yang lebih mendalam dan kontekstual melalui metode interaktif yang menyentuh persoalan reel mahasiswa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Indikator Motivasi Beragama

Berdasarkan kajian literatur, indikator motivasi beragama dapat diukur melalui:

1) Intensitas Ibadah

- a) **Frekuensi pelaksanaan shalat wajib dan sunnah:** Frekuensi shalat (wajib dan sunnah) dalam literatur empiris dipahami sebagai seberapa sering individu melaksanakan shalat fardhu (subuh, dzuhur, ashar, maghrib, isya) dan shalat sunnah seperti dhuha, tahajud, rawatib, dan lain sebagainya (Pratama, 2020).
- b) **Konsistensi dalam menjalankan puasa:** Konsistensi berpuasa mengacu pada keteraturan pelaksanaan puasa wajib (Ramadhan) dan puasa sunnah (senin kamis, puasa Daud, dan lain sebagainya) sesuai ketentuan. Dalam studi religiusitas, konsistensi puasa menunjukkan dimensi disiplin religius dan internalisasi nilai agama bukan sekadar ritual musiman (Ihsanika, 2024).
- c) **Partisipasi dalam kegiatan keagamaan:** Partisipasi kegiatan keagamaan mencakup keterlibatan aktif individu dalam acara keagamaan formal maupun nonformal seperti menghadiri pengajian, ikut organisasi/UKM keagamaan kampus, shalat berjamaah di masjid/kampus, kegiatan sosial keagamaan di lingkungan sekitar (bakti sosial, pengajian), dan kegiatan dakwah (Dirgantini, 2023).

2) Internalisasi nilai-nilai agama

- a) **Penerapan akhlak mulia dalam kehidupan sehari-hari:** Penerapan akhlak mulia mengacu pada perilaku sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai etika Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, amanah, sopan santun, suka menolong, rendah hati, dan lain sebagainya (Ramadhan, 2024). Bahkan sikap rendah hati menjadi penting ketika meraih prestasi akademik atau pun non-akademik bagi mahasiswa dengan tidak merendahkan teman lain serta tetap mau belajar dari siapa saja. Dengan menerapkan akhlak mulia secara konsisten, mahasiswa tidak hanya akan sukses secara akademik tetapi juga membangun reputasi baik, memperluas jaringan pertemanan yang positif, dan mempersiapkan diri menjadi lulusan yang berkarakter untuk terjun ke dunia kerja dan masyarakat.

- b) **Sikap toleransi dan empati terhadap sesama:** Sikap toleransi berarti menghormati perbedaan (agama, suku, pendapat) dan menahan diri dari tindakan diskriminatif; empati adalah kemampuan menempatkan diri pada posisi orang lain dan merespon secara peduli. Di ranah kampus, keduanya penting untuk hubungan antarkelompok dan kohesi sosial (Izzati, 2021). Dengan mengembangkan toleransi dan empati, mahasiswa tidak hanya membangun hubungan pertemanan yang kuat lintas perbedaan, tetapi juga mempersiapkan diri menjadi bagian dari masyarakat global yang menghargai pluralisme dan mampu berkolaborasi dengan berbagai pihak di dunia kerja nantinya. Dengan demikian, pengembangan toleransi dan empati pada mahasiswa berperan penting dalam membentuk kemampuan berinteraksi secara harmonis di tengah keberagaman serta mempersiapkan mereka menjadi individu yang adaptif dan kolaboratif dalam masyarakat global dan dunia kerja.
- c) **Komitmen terhadap nilai-nilai keislaman:** Komitmen terhadap nilai-nilai keislaman menunjukkan tingkat keterikatan kognitif hingga emosional dan perilaku terhadap ajaran islam seperti konsistensi keyakinan, internalisasi nilai dan niat mempertahankan praktik ibadah maupun etika Islam. Berbeda dengan perilaku akhlak (yang lebih konkrit), komitmen lebih menekankan identitas dan tekad menjaga nilai (Nala Auna Robbika, 2024). komitmen lebih menekankan pada aspek internal individu, yaitu identitas diri, kesadaran, dan tekad batin untuk tetap memegang serta menjaga nilai-nilai yang diyakini. Dengan demikian, komitmen menjadi landasan yang mendorong konsistensi perilaku meskipun tidak selalu tampak secara langsung dalam tindakan nyata.

C. Konsep Operasional

Agar dapat diukur dan dapat dilakukan sebuah penelitian, peneliti perlu menjabarkan sebuah konsep dari penelitian yang berjudul "Pengaruh Konten Dakwah Pada Akun TikTok @ustadzadhidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau". Proses ini adalah pergeseran dari konsep abstrak ke hal-hal yang nyata. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu, Variabel (X) yaitu pengaruh konten dawah akun TikTok @ustadzadhidayaatt, sedangkan variabel (Y) yaitu motivasi beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau, kemudian dikembangkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kembali untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian, maka peneliti membuat variabel penelitian sebagai berikut:

1. Variabel X (Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt)

Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel X

Variabel	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala Pengukuran
Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt (X)	Gratifikasi Konten (Mengukur sejauh mana konten dakwah memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada audiens).	Konten dakwah yang disampaikan melalui akun TikTok @ustadzadhidayaatt membantu saya memahami ajaran Islam dengan lebih baik.	Likert 1-5
		Saya merasa lebih tenang dan termotivasi secara spiritual setelah menonton konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt.	Likert 1-5
		Konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt bermanfaat sebagai bahan diskusi keagamaan dengan teman atau lingkungan sekitar.	Likert 1-5
		Konten dakwah yang disajikan pada akun TikTok @ustadzadhidayaatt mampu memenuhi kebutuhan saya akan pemahaman keagamaan.	Likert 1-5
		Saya merasa puas setelah menonton konten dakwah yang disampaikan melalui akun TikTok @ustadzadhidayaatt.	Likert 1-5
	Penggunaan aktif media	Saya sering menonton konten dakwah yang diunggah oleh	Likert 1-5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© H

Variabel	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala Pengukuran
pta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	(Mengukur intensitas dan pola penggunaan konten dakwah oleh audiens).	akun TikTok @ustadzadhidayaatt.	
		Saya memilih untuk menonton konten dakwah tertentu dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt karena sesuai dengan kebutuhan keagamaan saya.	Likert 1-5
		Saya pernah memberikan like, komentar, atau membagikan konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt.	Likert 1-5
		Saya secara rutin menonton konten dakwah yang diunggah pada akun TikTok @ustadzadhidayaatt, karena dapat memotivasi bahkan memberikan ketenangan kepada saya.	Likert 1-5
		Saya sering berinteraksi dengan konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt, seperti memberikan like, komentar, atau membagikannya.	Likert 1-5
	Efek behavioral (Mengukur dampak nyata konten dakwah terhadap perubahan perilaku dan	Saya dapat mengingat dan memahami pesan dakwah yang disampaikan dalam konten TikTok @ustadzadhidayaatt.	Likert 1-5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© H pta milik UIN Suska Riau State Islamic University Arhan Syarif Kasim Riau

Variabel	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala Pengukuran
	sikap keagamaan audiens).		
		Konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt mendorong saya untuk memperbaiki sikap dan perilaku dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.	Likert 1-5
		Saya berusaha menerapkan ajaran agama yang disampaikan dalam konten TikTok @ustadzadhidayaatt dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.	Likert 1-5
		Konten dakwah yang saya tonton di akun TikTok @ustadzadhidayaatt mempengaruhi sikap keagamaan saya dalam kehidupan sehari-hari.	Likert 1-5
		Setelah menonton konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt, saya terdorong untuk memperbaiki perilaku saya sesuai dengan ajaran agama.	Likert 1-5

2. Variabel Y (Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau)
Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel Y

Variabel	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala Pengukuran
Motivasi Beragama Mahasiswa (Y)	Motivasi Internal (Intrinsic)	Saya melaksanakan ibadah karena kesadaran dan keinginan pribadi, bukan karena paksaan.	Likert 1-5
		Saya memiliki dorongan	Likert 1-5

© H

Variabel	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala Pengukuran
ipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau		dari dalam diri untuk memperdalam pemahaman tentang ajaran Islam.	
		Saya mencintai dan menjadikan nilai-nilai Islam sebagai pedoman hidup saya.	Likert 1-5
	Motivasi Eksternal (Extrinsic)	Lingkungan sekitar saya mendorong saya untuk lebih aktif dalam menjalankan kegiatan keagamaan.	Likert 1-5
		Konten dakwah di media sosial meningkatkan semangat saya dalam menjalankan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.	Likert 1-5
		Saya menjalankan ibadah dengan harapan memperoleh pahala dan ridho Allah SWT.	Likert 1-5
	Aspek Kognitif (Pemahaman Agama)	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk terus belajar dan memahami ajaran agama Islam.	Likert 1-5
		Saya aktif mengikuti kajian atau kegiatan keagamaan, baik secara langsung maupun melalui media digital.	Likert 1-5
		Saya memahami rukun iman dan rukun Islam dengan baik sebagai pedoman buat kehidupan saya.	Likert 1-5
	Aspek Apektif	Saya merasa bangga	Likert 1-5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© H ipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Hassanudin Kasim Riau

Variabel	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala Pengukuran
	(Sikap Beragama)	menjadi seorang muslim.	
		Saya memiliki rasa empati dan kepedulian terhadap sesama muslim.	Likert 1-5
		Saya bersikap toleran terhadap perbedaan pandangan dan praktik keagamaan.	Likert 1-5
	Aspek Konatif (Perilaku Keagamaan)	Saya berusaha menjalankan ibadah secara konsisten didalam kehidupan sehari-hari.	Likert 1-5
		Saya berusaha menghindari perbuatan yang dilarang dalam ajaran Islam, dan melakukan perbuatan yang dianjurkan bahkan diperintahkan dalam ajaran islam.	Likert 1-5
		Saya aktif dan berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan keagamaan yang diselenggarakan di lingkungan kampus.	Likert 1-5

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan bagian penting dari penelitian, yang perlu dirancang sejak awal penelitian. Karna hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan penelitian, yang diharapkan dapat memandu jalan penelitian (Yam & Taufik, 2021). Jadi, berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Hipotesis Alternatif (Ha)

Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzahidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau.

2. Hipotesis Nol (H₀)

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzahidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dan terstruktur.

Metode survei memakai angket atau kuisioner untuk instrumen saat penyusunan informasi. Kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai hal-hal yang ingin diketahui oleh peneliti (Arikunto, 2019). Instrumen ini dipilih karena efektifitas dan efisiensinya dalam mengumpulkan data dari responden dalam jumlah besar dalam waktu yang relatif singkat. Kuesioner dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan untuk mengukur variabel konten dakwah TikTok dan motivasi beragama. Pengembangan instrumen mengacu pada prinsip-prinsip penyusunan kuesioner yang baik, meliputi kejelasan bahasa, relevansi pertanyaan, dan kemudahan dalam pengisian (Sugiyono, 2020). Data atau informasi didapat melalui sampel yang mewakili bermacam populasi, setelah itu akan memperoleh informasi dan selanjutnya akan di olah menggunakan aplikasi SPSS (Maulidina, 2020).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang beralamat di Panam, Jl. H.R. Soebrantas No. 155-Km 15, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru. Lokasi ini dipilih karena populasi yang diteliti yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 yang merupakan bagian dari Generasi muda yang aktif menggunakan media sosial TikTok dan memiliki minat terhadap dakwah. Dengan demikian, lokasi ini relevan untuk mengkaji pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau. Waktu penelitian ini dilakukan mulai Juli 2025 sampai dengan Maret 2026.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah keseluruhan komponen penelitian yang mencakup objek dan subjek yang mempunyai ciri-ciri tertentu. Populasi dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori: populasi terbatas dan tak terbatas, populasi homogen dan heterogen, dan populasi target dan *survey* (Amin et al., 2023). Dengan istilah lain bahwa populasi adalah semua individu atau kasus atau objek, dimana hasil suatu penelitian dapat digeneralisasikan (Swarjana, 2022). Populasi memiliki karakteristik dan tersebar luas yang harus ditentukan dengan batasan yang jelas tentang siapa, dimana, kapan, dan berapa banyak unik yang diperkirakan ada. Untuk membatasi sebaran populasi yang luas, maka dapat menggunakan kriteria inklusi dan eksklusi (Roflin et al. 2021:1).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada penelitian ini, peneliti menetapkan populasi yaitu Mahasiswa Ilmu Komunikasi terkhusus angkatan tahun 2022 UIN Suska Riau. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa jumlah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2022 sebanyak 257 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang berfungsi sebagai sumber informasi sebuah riset. Istilah lainnya sampel adalah sebagian dari populasi untuk menggambarkan seluruh populasi (Amin, et al., (2023). Cramer dan Howitt mendefinisikan bahwa sampel adalah seluruh permasalahan yang ditarik dari populasi atau seluruh kasus yang lebih besar biasanya untuk melihat karakteristik pada populasi yang lebih besar (Swarjana, 2022, p.13). Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam memastikan kriteria responden mana saja yang dapat diseleksi menjadi sampel (Lenaini, 2021).

Adapun kriteria yang menjadi sampel dalam penelitian ini yang dapat diterapkan yaitu terdapat kriteria inklusi dan kriteria eksklusi. Berdasarkan kriteria inklusi yaitu sebagai berikut:

a. Kriteria Demografis

- 1) Mahasiswa aktif program studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2022.
- 2) Terdaftar sebagai mahasiswa reguler (bukan mahasiswa pindahan).
- 3) Berusia 19-24 tahun (sesuai dengan rentang usia mahasiswa angkatan 2022).

b. Kriteria Perilaku Media

- 1) Memiliki akun TikTok aktif minimal 4 bulan.
- 2) Pernah menonton konten dakwah dari akun @ustadzadhidayaatt minimal 3 kali dalam 3 bulan terakhir.
- 3) Menggunakan TikTok secara rutin (minimal 3 kali seminggu).
- 4) Memiliki durasi menonton TikTok minimal 30 menit per hari.
- 5) Mengikuti (mem- *follow*) akun TikTok @ustadzadhidayaatt

c. Kriteria Religiusitas

- 1) Beragama islam.
- 2) Memiliki pengetahuan dasar tentang ajaran Islam.
- 3) Pernah mengikuti kegiatan keagamaan di kampus atau di luar kampus.

d. Kriteria Teknis

- 1) Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.
- 2) Memiliki akses internet yang stabil. Dapat dihubungi untuk konfirmasi data jika diperlukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan Berdasarkan kriteria eksklusi yaitu sebagai berikut:

a. Kriteria Akademis

- 1) Mahasiswa yang sedang cuti akademik.
- 2) Mahasiswa yang akan lulus pada semester berjalan.
- 3) Mahasiswa pindahan dari program studi lain.

b. Kriteria Perilaku Media

- 1) Tidak memiliki akun TikTok atau jarang menggunakan TikTok.
- 2) Tidak pernah menonton konten dari akun @ustadzadhidayaatt
- 3) Menggunakan TikTok hanya untuk konten hiburan tanpa pernah menonton konten dakwah.

c. Kriteria Lainnya

- 1) Menolak untuk berpartisipasi dalam penelitian.
- 2) Tidak dapat dihubungi dalam waktu yang ditentukan.
- 3) Memberikan data yang tidak lengkap atau tidak valid.

Penelitian ini mengambil sampel dari jumlah populasi penelitian. Dan untuk mengetahui jumlah sampel tersebut maka dapat ditentukan yaitu dengan rumus Slovin. Berikut rumus Slovin:

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

Keterangan:

- n : Jumlah Sampel
 N : Jumlah Populasi (257 orang)
 e : Nilai Presisi (10% = 0,1)

Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{257}{1 + 257 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{257}{1 + 257 (0,01)}$$

$$n = \frac{257}{1 + 2,57}$$

$$n = \frac{257}{3,57}$$

$$n = 71,98$$

$$n = 72$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan sampel dengan menggunakan rumus Slovin, maka diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 72 responden yang dipilih.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu Kuesioner (Angket). Kuesioner ialah alat pengumpulan data primer dengan metode survey dengan memberikan pertanyaan kepada responden (Agus 2021). Kuesioner atau sering pula disebut angket adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden. Selanjutnya, kuesioner tersebut diisi oleh para responden sesuai dengan yang mereka kehendaki secara independen dengan tanpa adanya paksaan (Herlina, 2019). Agar informan mudah memahami ketika menjawab, kuesioner atau angket penelitian menggunakan bentuk skala likert. Skala likert ialah skala yang di pakai untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok yang bersangkutan dengan sebuah peristiwa atau fenomenal sosial (Pranatawijaya, Widiarty, Priskila, dan Putra 2019).

Pada riset ini, peneliti memakai lima kategori bobot penilaian. Hal itu telah diuraikan ke dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Skor Skala Likert

Kategori	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Kurang Setuju	KS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan sebagai teknik untuk memperoleh informasi yang relevan dari berbagai dokumen yang terkait dengan topik penelitian (Ardiansyah et al., 2023). Dokumen merupakan rekaman peristiwa yang terjadi pada masa lampau yang dapat berbentuk tulisan, visual, maupun karya monumental. Dokumen tertulis mencakup buku harian, riwayat hidup, cerita, biografi, peraturan, serta kebijakan. Sementara itu, dokumen visual meliputi gambar, film, sketsa, dan sejenisnya. Dokumen dalam bentuk karya mencakup hasil seni seperti lukisan, patung, dan film. Teknik dokumentasi digunakan sebagai pelengkap sekaligus penguat data dan informasi yang diperoleh selama proses penelitian (Sugiyono, 2013).

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah produk dari validasi. Validasi adalah suatu prosedur yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen untuk mengumpulkan data empiris untuk memperkuat kesimpulan yang diberikan oleh skor instrumen. Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa tepat suatu uji

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjalankan fungsinya serta apakah alat ukur yang dihasilkan benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur (Darma, 2021).

Langkah menguji validitas butir pertanyaan pada kuesioner yaitu mencari hitung (korelasi pearson) dengan menggunakan rumus:

$$r = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2) (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r : Koefisien korelasi antara variable X dan Y
- N : Jumlah responden
- X : Variabel bebas
- Y : Variabel terkait
- $\sum X$: Jumlah seluruh skor X
- $\sum Y$: Jumlah skor Y

Teknik yang digunakan dalam pengujian validitas pada penelitian ini yaitu menggunakan r hitung. Hasil r hitung dari output SPSS dalam setiap pernyataan akan dibandingkan dengan r tabel dan untuk nilai signifikansi 5% atau 0,05. Untuk mengetahui kevalidan butir kuesioner dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Jika r hitung > r tabel, (alat ukur yang digunakan valid).
- b. Jika r hitung ≤ r tabel (alat ukur yang digunakan tidak valid) (Herianto, 2021).

2: Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk menentukan apakah data yang diberikan dapat diandalkan atau tidak. Uji reliabilitas pada hakikatnya mengukur variabel-variabel yang digunakan melalui pertanyaan ataupun pernyataan yang dipakai (Darma, 2021). Uji reliabilitas merupakan indikator yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan menghasilkan hasil yang konsisten (Amanda et al., 2019). Suatu instrumen dikatakan reliabel jika digunakan dua kali atau lebih untuk mengukur karakteristik yang sama dan memberikan data yang relatif sama (Ramadhan et al., 2024). Dengan kata lain, reliabilitas menggambarkan tingkat konsistensi alat ukur dalam menghasilkan data yang konsisten pada pengukuran yang berulang (Zayrin et al., 2025).

Reliabilitas berkaitan erat dengan dapat dipercayanya instrumen pengukuran terutama kuesioner yang digunakan sebagai indikator suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan ataupun pernyataan yang sama tetap konsisten pada waktu yang berbeda. Untuk menguji reliabilitas, perangkat lunak SPSS 27 dapat digunakan untuk membantu pengujian statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu

instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Secara umum, nilai $\alpha \geq 0,6$ dianggap menunjukkan tingkat reliabilitas yang dapat diterima (Sualang et al., 2023).

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu dari sekian banyak proses yang harus diselesaikan dalam suatu penelitian yang tentu saja proses analisis data dilakukan setelah data diperoleh dari lapangan (Sutisna 1., 2020). Menurut sugiyono pendekatan analisis data ialah mengkategorikan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasikan data seluruh responden berdasarkan variabel, menampilkan data dari setiap variabel yang diperiksa, kemudian melakukan perhitungan untuk menyelesaikan rumusan masalah (Riyadi, 2020).

Untuk mendapatkan hasil penelitian mengenai pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzahidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau, maka analisis yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana dengan skala pengukuran: Sangat setuju, Setuju, Kurang setuju, Tidak setuju, Sangat tidak setuju.

1. Analisis Data Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk mengolah data dengan cara menyajikan dan menggambarkan data yang telah dikumpulkan apa adanya tanpa dimaksudkan untuk membuat kesimpulan yang bersifat umum atau menyeluruh (Solikhah, 2016). Setelah seluruh data terkumpul melalui angket (kuesioner), data tersebut kemudian diolah menggunakan teknik statistik deskriptif. Setiap alternatif jawaban pada masing-masing item pertanyaan untuk setiap variabel akan dihitung persentasenya dengan menggunakan rumus yang telah ditentukan.

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Angka presentasi

F : Frekuensi yang dicari

N : Jumlah Frekuensi/Banyaknya Individu (Number of Case)

Setiap jawaban dari angket akan mendapatkan penilaian berdasarkan skala Likert, dengan ketentuan sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.2 Skala Likert

Kategori	Skor	Rentang Presentase (%)
Sangat setuju	5	81%-100%
Setuju	4	61%-80%
Kurang setuju	3	41%-60%
Tidak setuju	2	21%-40%
Sangat tidak setuju	1	0%-20%

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan suatu metode statistika yang dapat dipakai untuk menjelaskan adanya hubungan antara satu variabel bebas (independent) dengan satu variabel terikat (dependent) (Susanti D. S., Sukmawaty, Y., & Salam, 2019). Analisis regresi linier sederhana sangat relevan dan tepat digunakan didalam penelitian ini karena mencakup beberapa aspek dan hubungannya dengan penelitian yaitu:

a. Sesuai Dengan Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "sejauh mana pengaruh" konten dakwah pada akun TikTok @ustadzadihidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa. Kata kunci "pengaruh" menunjukkan adanya hubungan kausal yang ingin diuji dimana analisis regresi linier sederhana adalah teknik statistik yang tepat untuk menguji hubungan sebab-akibat antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

b. Struktur Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki struktur variabel yang sesuai dengan analisis regresi linier sederhana:

- 1) **Variabel Independen (X):** Konten dakwah pada akun TikTok @ustadzadihidayaatt
- 2) **Variabel Dependen (Y):** Motivasi beragama mahasiswa

Maka, dengan hanya melibatkan satu variabel bebas dan satu variabel terikat, analisis regresi linier sederhana menjadi pilihan yang tepat dan efisien.

c. Kemampuan Prediksi

Analisis regresi tidak hanya menguji ada tidaknya hubungan tetapi juga dapat memprediksi seberapa besar perubahan pada variabel Y (motivasi beragama) jika terjadi perubahan pada variabel X (konten dakwah TikTok). Hal ini memberikan informasi yang lebih komprehensif tentang kekuatan pengaruh konten dakwah tersebut.

d. Pengujian Hipotesis yang Tepat

Analisis Regresi linier sederhana memungkinkan peneliti untuk:

- 1) Menguji signifikansi hubungan antara kedua variabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Menentukan arah hubungan (positif/negatif)

e. Kesesuaian dengan Penelitian Kuantitatif

Sebagai penelitian kuantitatif, analisis regresi linier sederhana memberikan hasil yang terukur dan dapat diinterpretasikan secara statistik sehingga kesimpulan penelitian dapat dibuat berdasarkan data empiris yang objektif. Hal itu dapat dihitung dengan persamaan regresi linier dengan rumus:

$$Y = a + b(X)$$

Keterangan:

- Y : Motivasi beragama (Variabel dependent)
- X : Konten dakwah (Variabel independent)
- a : Konstanta (intersep)
- b : Koefisien regresi (kemiringan garis)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul pengaruh konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi linear sederhana melalui persamaan regresi $Y = 43,549 + 0,343 + (X)$. Uji t juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antaran konten dakwah akun TikTok terhadap motivasi beragama, dibuktikan dengan nilai t hitung 4.181 yang lebih besar dari t tabel 1,994, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

Selain itu, nilai koefisien determinasi (R Square) yang menunjukkan pengaruh antara konten dakwah terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau hanya sebesar 0,200 (20,0%) atau pengaruh sedang. Hasil uji F juga mendukung temuan tersebut dengan nilai F hitung sebesar 37,191 dan signifikansi 0,000 yang berarti konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt berpengaruh signifikan terhadap motivasi beragama mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi beragama mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 UIN Suska Riau.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa ilmu komunikasi, diharapkan dapat memanfaatkan media sosial khususnya TikTok secara lebih bijak, selektif, dan produktif dengan mengakses konten-konten yang bernilai edukatif dan religius. Konten dakwah yang tersedia sebaiknya tidak hanya dikonsumsi sebagai hiburan semata tetapi juga diinternalisasikan dalam bentuk peningkatan kualitas ibadah, partisipasi dalam kegiatan keagamaan, serta penerapan nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini diharapkan mampu mengembangkan kreativitas dalam memproduksi konten digital yang inspiratif, edukatif, dan bermuatan dakwah sehingga dapat turut berkontribusi dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman yang positif di ruang digital.
2. Bagi para da'i dan konten kreator dakwah di platform media khususnya TikTok, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas konten baik dari segi substansi materi maupun teknik penyampaian. Konten dakwah

hendaknya disusun secara sistematis, berbasis dalil yang jelas (Al-Qur'an dan Hadis), dikemas dengan bahasa yang komunikatif, relevan dengan kehidupan generasi muda, dan tetap menjaga kedalaman makna. Selain itu, diharapkan penting untuk memperhatikan konsistensi unggahan, interaksi dengan audiens, serta memanfaatkan fitur-fitur digital secara kreatif agar pesan dakwah tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mampu menyentuh aspek kognitif, afektif, dan konatif audiens sehingga dapat meningkatkan motivasi beragama secara berkelanjutan.

3. Bagi para akademisi dan program studi Ilmu Komunikasi, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan kurikulum yang responsif terhadap perkembangan komunikasi digital khususnya dalam bidang komunikasi dakwah dan media baru (*new media*). Hal itu diharapkan program studi dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan kajian, riset dan praktik produksi konten dakwah digital sebagai bagian dari pengembangan kompetensi akademik dan profesional.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas variabel, populasi, maupun metode penelitian. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti religiusitas, sikap keagamaan, perilaku ibadah atau faktor lingkungan sosial sebagai variabel kontrol untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- A, A. O., Putri, A. I., Matthew, K., & Universitas, H. (2023). *23-Moderasi-0101-464 (1)*. 1–17. <https://doi.org/10.11111/>
- A. (n.d.). konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15-31. 2023.
- Afandi, Y. (2019). Dan Pengaruh Teknologi Informasi “Digital Ecclesiology.” *Fidei: Jurnal Teologi Sistematis Dan Praktika*, 1(2), 270–283. <https://doi.org/10.34081/270033>
- Aguss. R. M. (2021). Analisis Perkembangan Motorik Halus Usia 5-6 Tahun Pada Era New Normal. *Sport Science and Education Journal*, 2(1), 21-26. 2021.
- Agustini, V. D. (2022). Media sosial sebagai tempat literasi ibadah di era pandemi (Studi pada kanal YouTube Dakwah di Indonesia). *Borobudur Communication Review*, 3(2), 63–72.
- Albahroyni, A., Sazali, H., & Khatibah, K. (2023). Pengaruh Penyampaian Konten Dakwah Di TikTok Terhadap Efektifitas Dakwah Salamtv. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 8(2), 345–362. <https://doi.org/10.47200/jnajpm.v8i2.1713>
- Alvi, I., & Madya, E. B. (2023). Kondisi Sosial Keluarga terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa BPI Stambuk 2019. *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2), 1321–1330. <https://doi.org/10.62775/edukasia.v4i2.438>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Matematika UNAND*, VIII(1),
- Amelia, R., Hafiar, H., & Triputra, P. (2023). Pengaruh konten dakwah TikTok terhadap motivasi belajar agama mahasiswa. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 11(1), 89–105. <https://doi.org/10.24198/jkk.v11i1.35678>
- Amin, N. F., Garancang, S., Abunawas, K., Makassar, M., Negeri, I., & Makassar, An, D. A. (2017). *IDENTIFIKASI AYAT-AYAT DAKWAH*. 1(2), 167–188.
- Andriani, S. (2021). *Dakwah digital dan transformasi religiusitas generasi milenial*. Pustaka Setia.
- Andriani, S. (2022). *Media sosial dan konstruksi identitas keagamaan*. Remaja Rosdakarya.
- Anggun Dwi Nanda Nasution, Ridho Suwarno, Hamdi Maulana Hasibuan, Idris Aritonang, & Ahmad Tamrin Sikumbang, (2023). Analisis efektivitas dakwah channel YouTube Khalid Basalamah Official: Peran interaksi dan keterlibatan audiens, *Madania: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 14(2), 110-112.
- Ardelia, E. (2023). Metode Al-Hikmah kepada Generasi Z Melalui Akun Media Sosial. UIN Jakarta.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arifin, R. M. F. (2022). Aplikasi teori uses and gratifications pada media sosial Instagram di Indonesia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(4), 2613–2623.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta. Darma, p. 7. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS*. Jakarta: GUEPEDIA.
- Asri Sri Rejeki, (2024). Dakwah video pendek: Sebuah analisis peranan dakwah digital terhadap pemahaman nilai-nilai Islam bagi Gen Z, Relinesia: *Jurnal Kajian Agama dan Multikulturalisme Indonesia*, 3(2), 27-32.
- Attaqwa, M. (2025). Urgensi Iman Kepada Allah dalam Membentuk Akidah Akhlak. *Jurnal Moral / ejournal.aripafi*, 2(2), 203-211.
- Azzahra, F., & Prabowo, A. (2022). Penggunaan media sosial untuk pembelajaran agama dan pengaruhnya terhadap perilaku keagamaan mahasiswa. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(2), 134–150. <https://doi.org/10.33508/jkm.v6i2.4567>
- Dewi, R. S., & Muktiyo, W. (2021). Algoritma TikTok dan personalisasi konten: Studi tentang For You Page. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 5(2), 89–104. <https://doi.org/10.29313/jkmd.v5i2.8456>
- Dirgantini, S.R. (2023). Peningkatan partisipasi dan pemahaman nilai keagamaan melalui metode pembelajaran. *Epistemic / Jurnal Pendidikan*. 4(2), 145-157.
- Dzakirah, H. (2025). Keyakinan Beriman Kepada Hari Akhir. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam*, 2(1), 35-43.
- Fadilah, N., Rahman, A., & Kurniawan, E. (2023). Gratifikasi konten dakwah di TikTok dan pengaruhnya terhadap religiusitas. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 8(1), 89–108. <https://doi.org/10.29313/jdk.v8i1.2345>
- Fardiah, D., Zubair, F., & Yulianita, N. (2020). Penggunaan media sosial dan efeknya terhadap perilaku keagamaan mahasiswa. *Jurnal Sositologi*, 19(2), 234–250. <https://doi.org/10.5614/sostek.2020.19.2.7>
- Faridah, C. (2024). Hasil Belajar: Iman kepada Malaikat (*Jurnal Pendidikan/BarkahPublishing*), 1(3), 214-225.
- Fitriani, Y., & Susilo, D. (2020). Pengaruh dakwah digital terhadap sikap keagamaan remaja di era media baru. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 24(2), 167–184. <https://doi.org/10.31445/jskm.2020.180402>
- Ginting, D. R., Habib, F., Mansyursyah, & Siregar, R. A. (2024). Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara. *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan*, 1(3), 90–95.
- Hakim, L., & Anwar, S. (2021). Efek dakwah digital di YouTube terhadap motivasi beragama pemuda. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 7(1), 78–96. <https://doi.org/10.24014/jdki.v7i1.12345>
- Hanifah, M. (2024). Keutamaan Beriman Kepada Kitab-Kitab Allah Dalam Membangun Ketakwaan dan Ketaatan Moral: *Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 1(4), 75–90.
- Hardani, H., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Hasanah, N. (2022). *Psikologi agama kontemporer: Motivasi dan perilaku keagamaan di era digital*. Kencana.
- Hasanah, U., Wahyuni, H. I., & Supriadi, Y. (2021). Gratifikasi konten dakwah digital dan pengaruhnya terhadap pengetahuan dan praktik keagamaan. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(2), 201–218. <https://doi.org/10.24815/jkg.v10i2.19234>
- Herianto, J. &. (2021). *Artikel Statistik yang Benar*. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, (18210047), 1-12.
- Herlina. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hidayat, A. (2021). “Dakwah sebagai Komunikasi Persuasif dalam Masyarakat Modern”. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. 15(2), 45–60.
- Hidayat, D. N., & Hafiar, H. (2019). Motif mahasiswa mengikuti akun dakwah di Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(2), 165–178. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i2.21456>
- Hidayati, N., & Rohmah, L. (2022). Efek konten dakwah di media sosial terhadap sikap dan motivasi beragama. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42(2), 245–263. <https://doi.org/10.21580/jid.v42.2.10234>
<https://doi.org/10.35448/jmb.v11i2.6061>
- IHSANIKA, (2024). Dampak psikospiritual puasa Ramadan dan konsistensi puasa sunnah pada mahasiswa. *IHSANIKA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*. 1(1), 23-34
- Islam, F. P. (2018). ISLAM. September 2017, 77–92.
- Isnaeni, S. (2024). Pemaknaan Iman kepada Rasul (*Jurnal SHES / UNS*), 8(3), 1961-1972.
- Izzati, F. A. (2021). *Pentingnya Sikap Toleransi dan Empati dalam Mewujudkan Warga Negara yang Baik (Good Citizenship) di Masa Pandemi*. *Jurnal Kalacakra / Jurnal Universitas Tidar*. 2(1), 27-39.
- Kurniawan, A. (2019). *Spiritualitas Islam dalam perspektif psikologi*. Mizan.
- Kusumastuti, A., & A. M. K. dan T. A. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Kurniawan, A. (2020). Pendidikan agama dan pembentukan karakter religius. Alfabeta.
- Kusuma, D. A., Sumartias, S., & Yulianita, N. (2022). Efek konten dakwah digital terhadap perilaku keagamaan generasi Z. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(2), 156–173. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i2.678>
- Lenaini. I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowbal Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39. 2021.
- Lestari, D., & Arifin, M. (2023). Efektivitas dakwah akun TikTok @MSALBANIQUOTES dalam meningkatkan pemahaman keagamaan Islam bagi masyarakat. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Digital*, 4(1), 77–86.
- Lestari, R. (2023). Implementasi Dakwah Melalui Media Sosial. UIN Jakarta.
- Lulu, L. L., Anshori, A. M., & Hendrayani, M. (2023). Dakwah TikTok:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Pengaruhnya terhadap religiusitas mahasiswa. *Jurnal Studi Dakwah Digital*, 4(2), 102–113.
- M. Nashoihul Ibad, (2024). Strategi literasi dakwah digital di era media sosial TikTok: Tantangan dan peluang, *Al-Qudwah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(2), 102-114.
- Machali. I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Laboratorium Penelitian dan pengembangan farmaka tropis fakultas farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*.
- Maharani, S. (2024). SYIAR: *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. kajian isi pesan dakwah yang memuat ibadah dan muamalah. 4(1), 55-72.
- Maidiana, M. (2021). *ALACRITY: Journal Of Education*. *Journal Of Education*, 1(2), 20-29.
- Maulana, I., & Sahrah, A. (2023). Uses and gratifications konten Islami di TikTok: Studi pada mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 8(1), 45–62. <https://doi.org/10.36914/jikb.v8i1.876>
- Maulidina. (2020). Pola Perilaku Pengguna Internet Dalam Mengonsumsi dan Menyebarkan Berita dan Informasi Pada Generasi X, Y, dan Z,.
- Maullasari, S. (2018). Dan Implementasinya Dalam Bimbingan Dan Konseling Islam (Bki). *Ilmu Dakwah*, 38(1), 162-188.
- Mediana, E., Yusup, E., & Arindawati, W. A. (2020). Pengaruh Konten TikTok Riau @Jeromepolin98 Sebagai Media Edukasi Terhadap Tingkat Pengetahuan Generasi Z. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(9), 3489 3496.
- Moeljadi, D., Kamajaya, I., & Amalia, D. (2009). *Building the Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Database and Its Applications*. *Lewis*, 64–80.
- Mubarokah, A. I. (2022). Pengertian dakwah secara istilah dan praktiknya. *Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi Islam*. 3(1), 77–88.
- Muhammad, N. K. U. I. N. S. A., & Aji, S. A. P. U. I. N. S. (2020). *Hubungan Motivasi Beragama Dengan Kematangan Beragama Mahasiswa Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Samarinda*. 1(2), 102–111. <https://doi.org/10.21093/tj.v1i2.4232>
- Munandra, H. (2023). Pengaruh Konten Dakwah di Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 IAIN Ponorogo. *Skripsi*, h. 2. [http://etheses.iainponorogo.ac.id/23080/1/E](http://etheses.iainponorogo.ac.id/23080/1/E%20theses%20Hanifa%20Munandra.pdf)
- Nala Auna Robbika, (2024). Komitmen Religiusitas Mahasiswa Alumni Pondok Pesantren di Perguruan Tinggi Umum. *Jurnal Pendidikan Indonesia*. 13(3), 201-210.
- Nasrullah, M. F., Purnama, H., & Santoso, B. (2022). Motif dan kepuasan pengguna TikTok dalam mengakses konten dakwah Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 23–42. <https://doi.org/10.15642/jki.2022.12.1.23-42>
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Simbiosis Rekatama Media*.
- Neuman, W. L. (2020). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif* (Edisi 7). Indeks.
- Nirwana, A., Mekkah, U. S., & Aceh, B. (2020). Konsep Pendidikan Psikologi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Religiusitas Remaja Muslim. *Jurnal Ilmiah Prodi Pendidikan Agama Islam*, 12, 71–88.
- Nugraha, D. A. (2024). *Analisis isi konten media sosial Instagram Pemerintah* Jurnal MMTc. (membahas konten sebagai informasi yang berguna bagi khalayak). 7(2), 134-147.
- Nugroho, A. D., & Sholihah, M. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan*, 5(1), 56–75. <https://doi.org/10.19109/jkikh.v5i1.7654>
- Nuraini, F. (2023). Pengaruh intensitas menonton konten dakwah (#dakwahislam) TikTok terhadap sikap keislaman pada mahasiswa di Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Digital*, 5(1), 66–75.
- Nur'aini, S., & Suminar, J. R. (2020). Pengaruh media sosial terhadap religiusitas mahasiswa: Studi uses and effects. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 201–217. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.27891>
- Obiyanto, A., Baihaqi, A., & Al Fawwaz, A. F. (2024). Analisis strategi konten dakwah di Instagram (Studi kasus faktor-faktor yang mempengaruhi respon pengguna pada akun @isunsantri). *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 80-96.
- Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.*
- Pokhrel, S. (2024). No TitleELENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Pradana, M. A., & Hafiar, H. (2020). Revitalisasi teori uses and gratifications di era media sosial: Studi pada pengguna TikTok. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 234–248. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.28945>
- Pranatawijaya, Widiarty, Priskila, dan P. (2019). *Peterapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online*. *Jurnal Sagis Dan Informatika*, 5(2), 128-137.
- Pratiwi, S. R., & Lubis, D. P. (2021). Penggunaan konten dakwah di media sosial untuk kepuasan spiritual mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 17(1), 56–71. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2021.17.1.3456>
- Priyono, P. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Zifatama Jawa.
- Puja Hayati, Hafifa, Fajri Massaid, Elvita Sarah Azzahra, Wismanto, (2024). Analisis Bentuk Akhlak (2024). Analisis Bentuk Akhlak Kepada Teman dan Tetangga. *Jurnal MPAI*, 2(3) 129-138.
- Purbajati, H. I. (2021). Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan Metode Dakwah Islam Di Era Modern. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 8(2), 203.
- Purboastuti, A. W. (2019). Perilaku Mahasiswa Terhadap Sosial Media. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 237.
- Putri, A. D., Rahmat, A., & Puspitasari, L. (2023). Pengaruh penggunaan TikTok untuk konten Islami terhadap karakter religius mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(1), 112–130. <https://doi.org/10.15642/jki.2023.13.1.112-130>
- Putri, N. E., & Azeharie, S. (2021). Motif dan kepuasan pengguna Instagram dalam mengikuti akun dakwah. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(1), 45–58. <https://doi.org/10.7454/jki.v10i1.456>
- Putri, R. (2019). *Religiusitas dan kesehatan mental mahasiswa*. Graha Ilmu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Putri, R. (2020). *Keluarga dan pendidikan agama anak*. Pustaka Pelajar.
- Putri, V. A. (2022). Pengaruh konten dakwah TikTok terhadap sikap keagamaan mahasiswa S1 Fakultas Agama Islam Universitas Ahmad Dahlan angkatan 2019 [Skripsi, Universitas Ahmad Dahlan].
- Rahman, F., Purnama, H., & Sari, D. K. (2022). Efek konten Islami di Instagram terhadap kesadaran religius pengguna. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 26(1), 45–60. <https://doi.org/10.33299/jpkop.26.1.4321>
- Rahmawati, A., Hafiar, H., & Nugraha, A. R. (2021). Penggunaan media sosial untuk dakwah dan penguatan nilai keagamaan. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 67–84. <https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.10234>
- Rahmawati, D. (2019). *Pengalaman spiritual dalam kehidupan beragama*. Nuansa.
- Rachmawati, D., & Putri, A. R. (2021). Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana kreativitas dan komunikasi digital generasi muda. *Jurnal Komunikasi dan Media Sosial*, 5(2), 45–56
- Rahmawati, D. (2021). *Motivasi beragama dan kesejahteraan psikologis*. Rajawali Pers.
- Rahmawati, R. (2023). Pengaruh video dakwah pada akun TikTok @Faizinaufal terhadap kesadaran followers. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(2), 91–100.
- Ramadhan, M. I. (2024). Implementasi Akhlak Kepada Allah Dalam Kehidupan Mahasiswa [artikel]. *Jurnal Bimbingan dan Pendidikan Agama Islam*. 5(1) 55-66.
- Ramadhan, M. I., Fathurrahman, MT Zilhazem, Abdul Ganif Herlambang, & Wismanto (2024). Implementasi Akhlak Kepada Allah Dalam Kehidupan Mahasiswa Sehari-Hari. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 2(2) 100-107.
- Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Journal on Education*, 6(2), 10967–10975. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4885>
- Ridlo, M. (2021). Dakwah Islam Dalam Perspektif Komunikasi Massa. *El-Hamra*, 6(1), 1-8.
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Riyadi. (2020). *Pengaruh Terpaan Media Online Detik.Com Melalui Berita Kampanye #2019gantipresiden Tahun 2018 Terhadap Keputusan Memilih Presiden 2019 Pada Mahasiswa Universitas Sahid Surakarta*. Universitas Sahid Surakarta.
- Rodia Rotani Rianda, Bella Anggraini, Sarah Dalila Fitri, Wismanto. (2024) “Prinsip Muamalah dalam Ekonomi Syariah” ringkasan prinsip muamalah: keadilan, larangan riba/gharar, dan aplikasi ekonomi. 1(4), 122-136.
- Roflin, (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*.
- Sabila, AK, Ayda Khairina Sabila & Eni F. Fahyuni (2025). Iman Qadha' dan Qadar sebagai Pedoman. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(3), 2895–2904.
- Safitri, M., & Ardianto, E. (2021). Eksposur konten keagamaan di media sosial dan pengaruhnya terhadap kesadaran spiritual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(3), 312–328. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i3.5432>
- Saipul Azhar & Fatimah Azzahra, (2022). *Strategi unggahan konten dakwah Salafi*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- di Instagram Surau Televisi Official, *Busyro: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 5(1), 42-47.
- Santoso, B. (2020). *Keyakinan dan praktek keagamaan dalam masyarakat modern*. Erlangga.
- Santoso, B. (2021). *Sosiologi agama: Agama dan masyarakat kontemporer*. Prenada Media.
- Sari, D. P., & Purworini, D. (2020). Motif dan gratifikasi penggunaan konten dakwah di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 189–202. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i2.3421>
- Sari, M. (2021). *Kesehatan mental dan religiusitas*. Gadjah Mada University Press.
- Sari, M., & Wijaya, H. (2020). *Psikologi agama: Teori dan aplikasi*. Salemba Humanika.
- Shafa Tasya Kamilah, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, & Meity Suryandari. (2023). Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 50–62. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.148>
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2019). *Metode penelitian survei*. LP3ES.
- Siti Maudillah, Adiba Syaidatun Nisa, & Adhi Kusuma. (2025). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah antara Kreativitas dan Etika Komunikasi Islam. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 154–167. <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i1.1157>
- Statista. (2024). Countries with the largest TikTok audience as of July 2024. Diakses melalui laporan data pengguna TikTok Indonesia mencapai 157,6 juta
- Sualang, G. M. C., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Mandala Finance Tbk, Cabang Ratahan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(2), 335–345.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumpenowati, D. T. (2023). Dakwainment di Kalangan Generasi Y dan Z. UIN Suka.
- Sugiyono. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. In *ALFABETA*, cv(Vol.11, Issue1). <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091>
- Suprima, S. (2021). Dakwah di masa pandemi Covid-19: adaptasi metode dan media. *Jurnal Dakwah (Walisongo)*. 22(1), 125-144.
- Suryani, & Hendryadi. (2019). *Metode riset kuantitatif: Teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam*. Prenadamedia Group.
- Susanti D. S., Sukmawaty, Y., & Salam, N. (2019). (2019). *Analisis Regresi Dan Korelasi*. Malang: CV IRDH.
- Sutisna 1. (2020). *Statistika Penelitian: Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif*. Universitas Negeri Gorontalo, 1(1), 1-15.
- Swarjana. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1), 151–169. <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>
- Upi, M. (2023). *FENOMENA : Jurnal Penelitian*. 15(2), 136–151.
- Utami, N. P. P. (2022). *Pengembangan digital content creative untuk Universitas Pendidikan Ganesha (kompilasi)*. 89–98.
- Weny Maulida Nabila, Silmi Fadhilatunnisa, Muhammad Irgi Alamsyah, & Meity Suryandari. (2023). Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial (Generasi Muda). *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 09–21. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.145>
- Wijaya, H. (2020). *Kebutuhan spiritual manusia modern*. Yayasan Obor Indonesia.
- Wulandari, R., & Sumartias, S. (2020). Motif dan kepuasan menonton konten dakwah di YouTube. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 4(1), 78–95. <https://doi.org/10.24198/jkj.v4i1.25678>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. 3(2), 96–102.
- Yendra, Y. P., Yuhardi, I., Wayudi, S., & Setiawan, A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Aplikasi TikTok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z. *Jurnal Rekayasa Sistem Informasi Dan Teknologi*, 1(4), 300–307. <https://doi.org/10.59407/jrsit.v1i4.690>
- Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Yulianti, S. F., Sukanto, S., & Subekti, E. E. (2023). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Anak Di Sd Negeri Bugangan 03 Semarang. <https://doi.org/10.26877/wp.v3i1.11608>
- Yuni Rahayu, P., Ermanti Lubis, R., Junia Restika, A., Septriani, T., & Fatmawati Sukarno Bengkulu, U. (2022). Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah di UIN Fatmawati Kota Bengkulu. *DAWUH Da'wah & Education Journal*, 64–69. file:///C:/Users/immad/Downloads/1041-Article Text-1831-2-10-20240109.pdf
- Zayrin, A. A., Nopus, H., Maizia, K. K., Marsela, S., Hidayatullah, R., & Harmonedi. (2025). Analisis Instrumen Penelitian Pendidikan (Uji Validitas Dan Relibilitas Instrumen Penelitian). *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 780–789. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1070>

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

DRAFT PERTANYAAN

Kuesioner Penelitian

A. Kata Pengantar

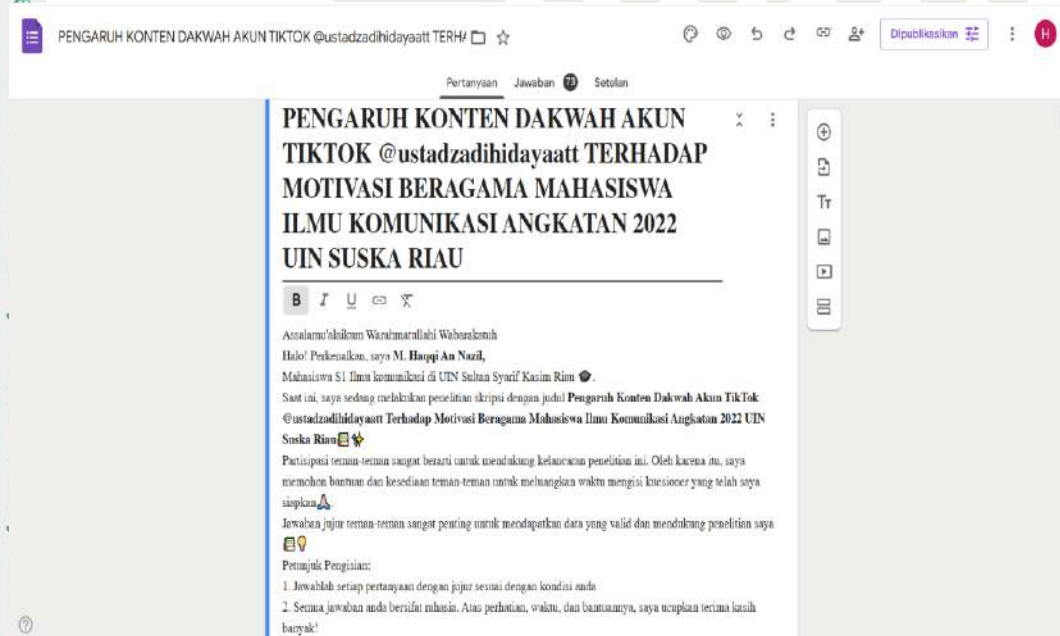
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Halo! Perkenalkan, saya M. Haqqi An Nazil, mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi di UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzahidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau. Partisipasi teman-teman sangat berarti untuk mendukung kelancaran penelitian ini. Oleh karena itu, saya memohon bantuan dan kesediaan teman-teman untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner yang telah saya siapkan. Jawaban jujur teman-teman sangat penting untuk mendapatkan data yang valid dan mendukung penelitian saya.

Atas perhatian, waktu, dan bantuannya, saya ucapkan terima kasih banyak!

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

B. Pengisian Kuesioner



The screenshot shows a WhatsApp chat interface. At the top, the contact name is 'PENGARUH KONTEN DAKWAH AKUN TIKTOK @ustadzahidayaatt TERHADAP MOTIVASI BERAGAMA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022 UIN SUSKA RIAU'. The message content is as follows:

PENGARUH KONTEN DAKWAH AKUN TIKTOK @ustadzahidayaatt TERHADAP MOTIVASI BERAGAMA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022 UIN SUSKA RIAU

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Halo! Perkenalkan, saya M. Haqqi An Nazil,
Mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi di UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Saat ini, saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul Pengaruh Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzahidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau
Partisipasi teman-teman sangat berarti untuk mendukung kelancaran penelitian ini. Oleh karena itu, saya memohon bantuan dan kesediaan teman-teman untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner yang telah saya siapkan
Jawaban jujur teman-teman sangat penting untuk mendapatkan data yang valid dan mendukung penelitian saya

Penunjuk Pengisian:

1. Jawablah setiap pertanyaan dengan jujur sesuai dengan kondisi anda
2. Semua jawaban anda bersifat rahasia. Atas perhatian, waktu, dan bantuannya, saya ucapkan terima kasih banyak!

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- Jawablah setiap pertanyaan dengan jujur sesuai dengan kondisi Anda.
- Semua jawaban Anda bersifat rahasia.

2. Keterangan Skala Penilaian

- STS (Sangat Tidak Setuju) : Skor 1
- TS (Tidak Setuju) : Skor 2
- KS (Kurang Setuju) : Skor 3
- S (Setuju) : Skor 4
- SS (Sangat Setuju) : Skor 5

3. Identitas Responden

- Nama:.....
- Angkatan:.....
- Jenis Kelamin:.....
 - () Laki-Laki
 - () Perempuan
- Usia:.....

4. Karakteristik Responden

- 1) Apakah anda pengguna media sosial TikTok?
 - a. Ya
 - b. Tidak
- 2) Apakah anda pernah melihat konten dakwah di TikTok (Seperti ibadah, fiqih, akidah, akhlak, hukum, muamalah, religiusitas, motivasi islami buat muhasabah diri, dll)?
 - a. Ya
 - b. Tidak
- 3) Apakah anda mengetahui konten dakwah di TikTok seperti akun TikTok @ustadzahidayaatt?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Apakah anda mengikuti (follow) akun TikTok @ustadzadhidayaatt?
 - a. Ya
 - b. Tidak
- 5) Sejak kapan anda mulai mengikuti akun TikTok @ustadzadhidayaatt?
 - a. Kurang dari 3 bulan
 - b. 3-6 bulan
 - c. 6-12 bulan
 - d. Lebih dari 1 tahun
- 6) Seberapa sering anda melihat konten dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt?
 - a. Sangat sering
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang
 - d. Jarang
 - e. Tidak pernah
- 7) Apakah anda pernah atau termotivasi bahkan merasa lebih bersemangat didalam menjalankan kehidupan sehari-hari berdasarkan ajaran agama maupun dakwah yang disampaikan oleh ustadz Adi Hidayat setelah melihat konten dakwah di TikTok @ustadzadhidayaatt?
 - a. Ya
 - b. Tidak

5. Daftar Pernyataan

Variabel Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt (X)

1. Konten dakwah yang disampaikan melalui akun TikTok @ustadzadhidayaatt membantu saya memahami ajaran Islam dengan lebih baik.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. Saya merasa lebih tenang dan termotivasi secara spiritual setelah menonton konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Sangat Setuju
3. Konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt bermanfaat sebagai bahan diskusi keagamaan dengan teman atau lingkungan sekitar.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
4. Konten dakwah yang disajikan pada akun TikTok @ustadzadhidayaatt mampu memenuhi kebutuhan saya akan pemahaman keagamaan.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Setuju
 - e. Tidak setuju
5. Saya merasa puas setelah menonton konten dakwah yang disampaikan melalui akun TikTok @ustadzadhidayaatt.
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Setuju
 - e. Tidak Setuju
6. Saya sering menonton konten dakwah yang diunggah oleh akun TikTok @ustadzadhidayaatt.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Tidak Setuju
7. Saya memilih untuk menonton konten dakwah tertentu dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt karena sesuai dengan kebutuhan keagamaan saya.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Tidak setuju
8. Saya pernah memberikan like, komentar, atau membagikan konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Setuju
 - e. Sangat tidak setuju
9. Saya secara rutin menonton konten dakwah yang diunggah pada akun TikTok @ustadzadhidayaatt, karena dapat memotivasi bahkan memberikan ketenangan kepada saya.
- a. Sangat Tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
10. Saya sering berinteraksi dengan konten dakwah akun TikTok @ustadzadhidayaatt, seperti memberikan like, komentar, atau membagikannya.
- a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
11. Saya dapat mengingat dan memahami pesan dakwah yang disampaikan dalam konten TikTok @ustadzadhidayaatt.
- a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
12. Konten dakwah dari akun TikTok @ustadzadhidayaatt mendorong saya untuk memperbaiki sikap dan perilaku dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.
- a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
13. Saya berusaha menerapkan ajaran agama yang disampaikan dalam konten TikTok @ustadzadhidayaatt dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.
- a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
14. Konten dakwah yang saya tonton di akun TikTok @ustadzadhidayaatt mempengaruhi sikap keagamaan saya dalam kehidupan sehari-hari.
- a. Sangat tidak setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
15. Setelah menonton konten dakwah akun TikTok @ustadzadihidayaatt, saya terdorong untuk memperbaiki perilaku saya sesuai dengan ajaran agama.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

Motivasi beragama mahasiswa (Y)

1. Saya melaksanakan ibadah karena kesadaran dan keinginan pribadi, bukan karena paksaan.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
2. Saya memiliki dorongan dari dalam diri untuk memperdalam pemahaman tentang ajaran islam.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
3. Saya mencintai dan menjadikan nilai-nilai Islam sebagai pedoman hidup saya.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
4. Lingkungan sekitar saya mendorong saya untuk lebih aktif dalam menjalankan kegiatan keagamaan.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Konten dakwah di media sosial meningkatkan semangat saya dalam menjalankan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
6. Saya menjalankan ibadah dengan harapan memperoleh pahala dan ridho Allah SWT.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
7. Saya memiliki keinginan yang kuat untuk terus belajar dan memahami ajaran agama islam.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
8. Saya aktif mengikuti kajian atau kegiatan keagamaan, baik secara langsung maupun melalui media digital.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidak setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
9. Saya memahami rukun iman dan rukun Islam dengan baik sebagai pedoman buat kehidupan saya
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidaka setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
10. Saya merasa bangga menjadi seorang muslim.
 - a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidaka setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

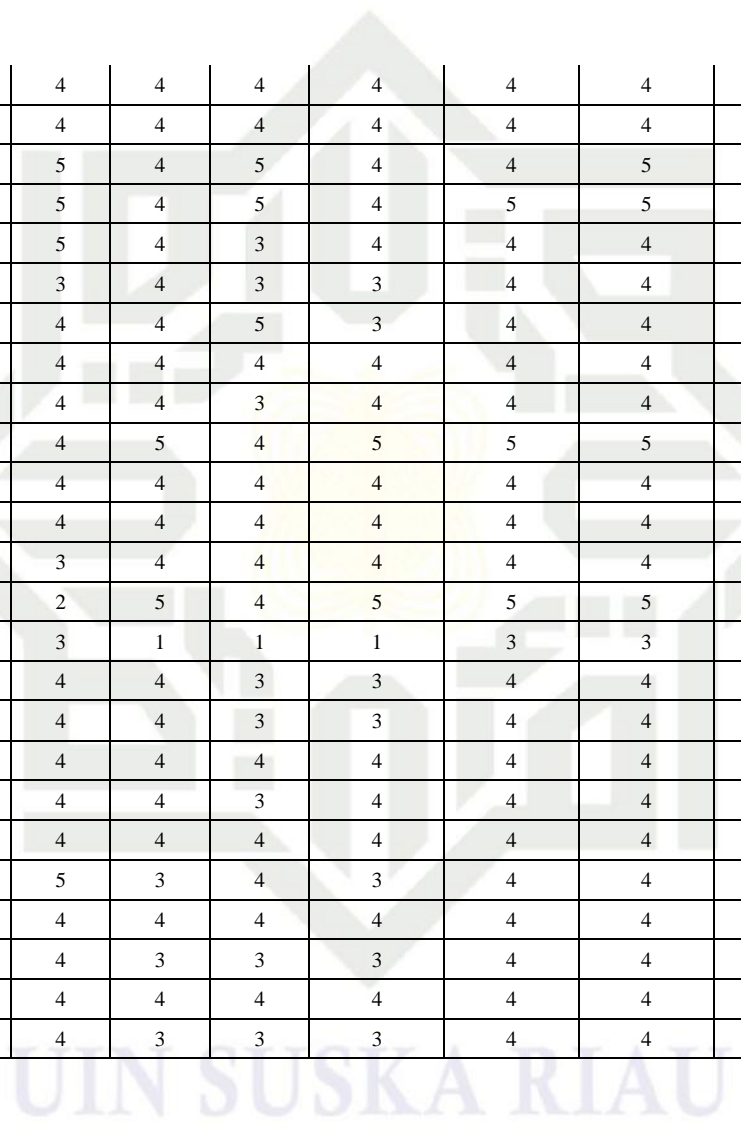
- e. Sangat setuju
11. Saya memiliki rasa empati dan kepedulian terhadap sesama muslim.
- a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidaka setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
12. Saya bersikap toleran terhadap perbedaan pandangan dan praktik keagamaan.
- a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidaka setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
13. Saya berusaha menjalankan ibadah secara konsisten didalam kehidupan sehari-hari.
- a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidaka setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
14. Saya berusaha menghindari perbuatan yang dilarang dalam ajaran Islam, dan melakukan perbuatan yang dianjurkan bahkan diperintahkan dalam ajaran islam.
- a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidaka setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju
15. Saya aktif dan berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan keagamaan yang diselenggarakan di lingkungan kampus.
- a. Sangat tidak setuju
 - b. Tidaka setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Setuju
 - e. Sangat setuju

22	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62
23	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	69
24	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	53
25	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	60
26	5	5	4	4	4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	64
27	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	69
28	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	62
29	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	59
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74
31	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
33	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	72
34	4	4	2	4	3	4	4	3	3	2	2	2	2	4	48
35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
36	5	5	5	5	4	2	5	4	4	5	5	5	4	5	68
37	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	66
38	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	62
39	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	71
40	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	57
41	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	71
42	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	1	35
43	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	56
44	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	52
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
47	3	3	2	1	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	58

k cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Sya
 ta Dilindungi Undang-Undang
 ang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 ngutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 ngutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 ang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
50	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	66
51	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	66
52	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	61
53	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	58
54	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	60
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
56	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	58
57	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	68
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
60	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	58
61	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	71
62	4	3	3	4	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	42
63	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	57
64	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	58
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
66	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	59
67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	62
68	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	60
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
70	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	58
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
72	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	57

k cipta milik UIN Suska Riau
 ta Dilindungi Undang-Undang
 ang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 ngutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 ngutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 ang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

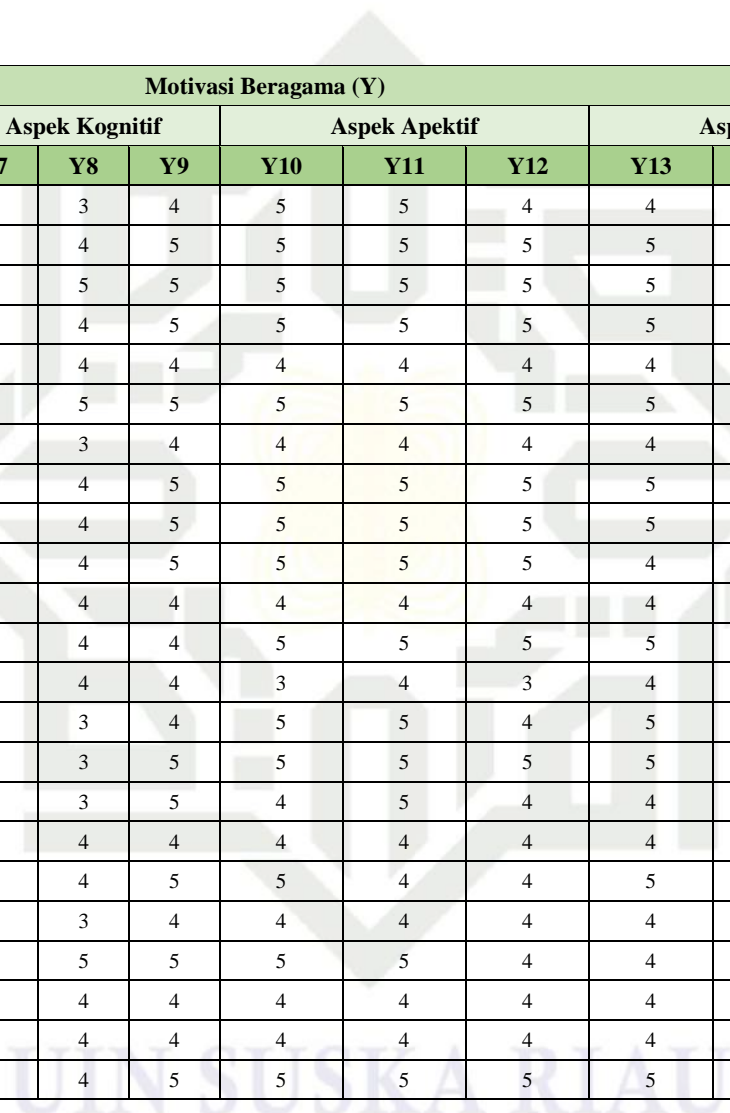


No.Resp	Motivasi Beragama (Y)															Total
	Motivasi Internal			Motivasi Eksternal			Aspek Kognitif			Aspek Apektif			Aspek Konatif			
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	
1	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3	62
2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	72
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	71
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
7	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	61
8	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	70
9	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	72
10	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	67
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
12	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	71
13	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	53
14	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	2	62
15	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	71
16	4	4	4	3	3	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	61
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
18	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	67
19	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
20	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	68
21	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	58
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
23	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	73

cipta milik UIN
 ta Dilindungi Undang-Und
 ang mengutip sebagian a
 ngutipan hanya untuk ke
 ngutipan tidak merugikan
 ang mengumumkan dan

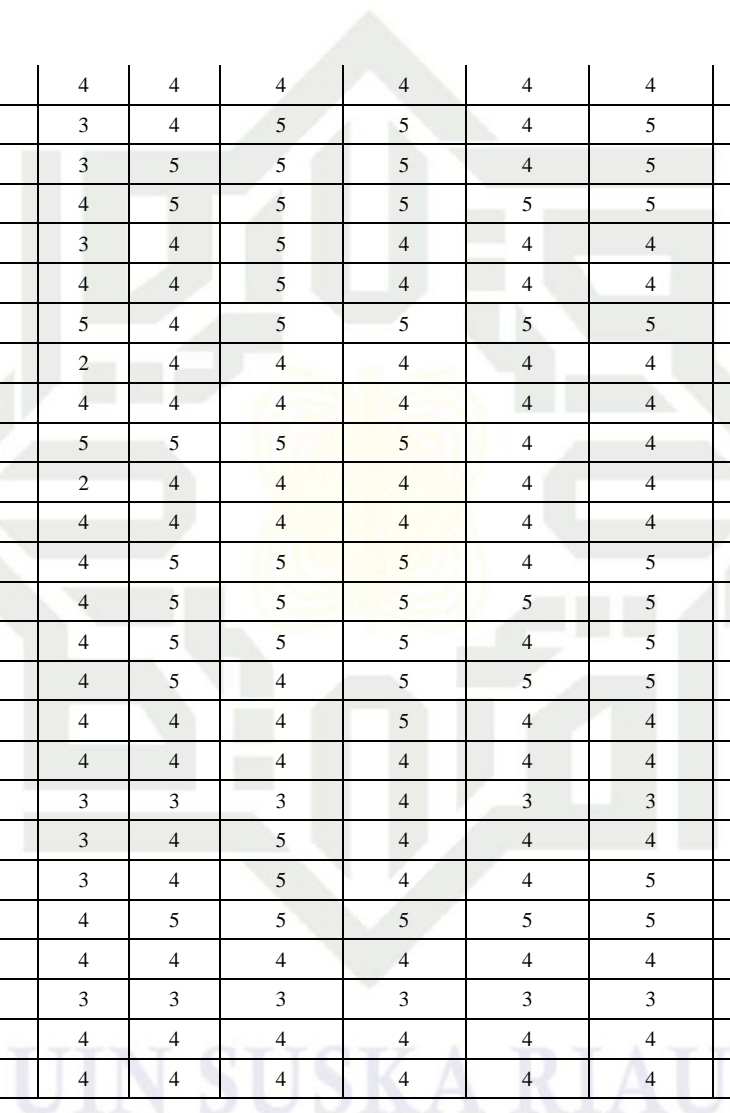
n karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 yang wajar UIN Suska Riau.
 nyak sebagian dari seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

cipta milik UIN
 ta Dilindungi Undang-Und
 ang mengutip sebagian a
 ngutipan hanya untuk ke
 ngutipan tidak merugikan
 ang mengumumkan dan



24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	58
25	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	64
26	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	2	64
27	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74
28	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	62
29	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	63
30	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	71
31	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	54
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	72
34	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	56
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
36	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4	68
37	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	67
38	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	69
39	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	73
40	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	63
41	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	65
42	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	50
43	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	60
44	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	62
45	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	71
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
47	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
49	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57

ang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 ang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 ang mengutip tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 ang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



50	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	3	67
51	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	71
52	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	62
53	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	63
54	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	61
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
56	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	3	66
57	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	72
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
60	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
61	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	73
62	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	55
63	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	3	61
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
65	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	70
66	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	58
67	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	71
68	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	63
69	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	61
70	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	67
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	61
72	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	65

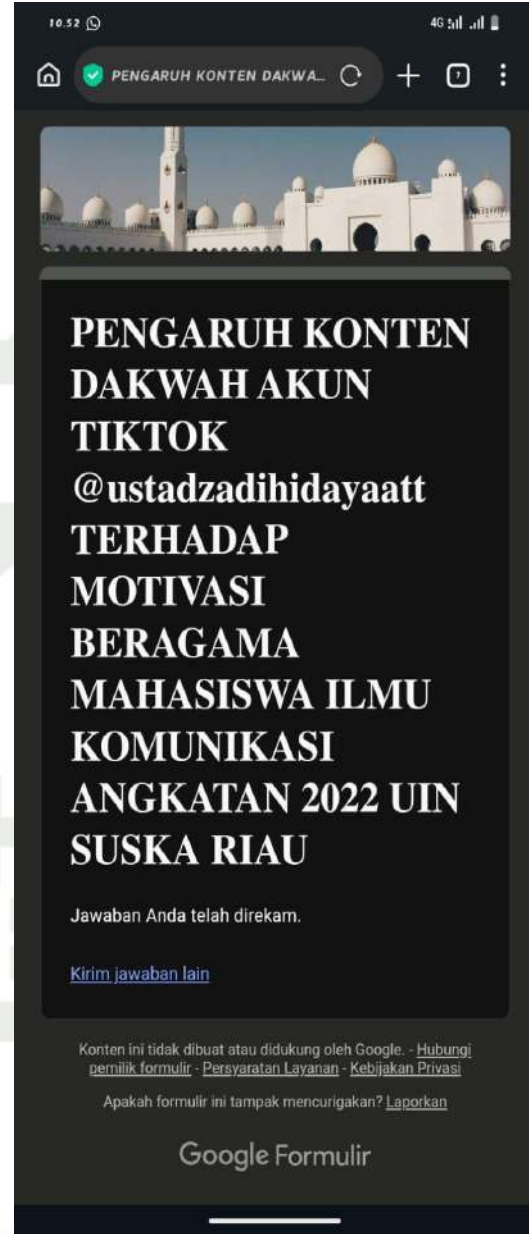
yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 nngutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 ngutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 ang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ciptanya dilindungi Undang-Undang
 k cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Sya

Lampiran 3: Pengumpulan Data

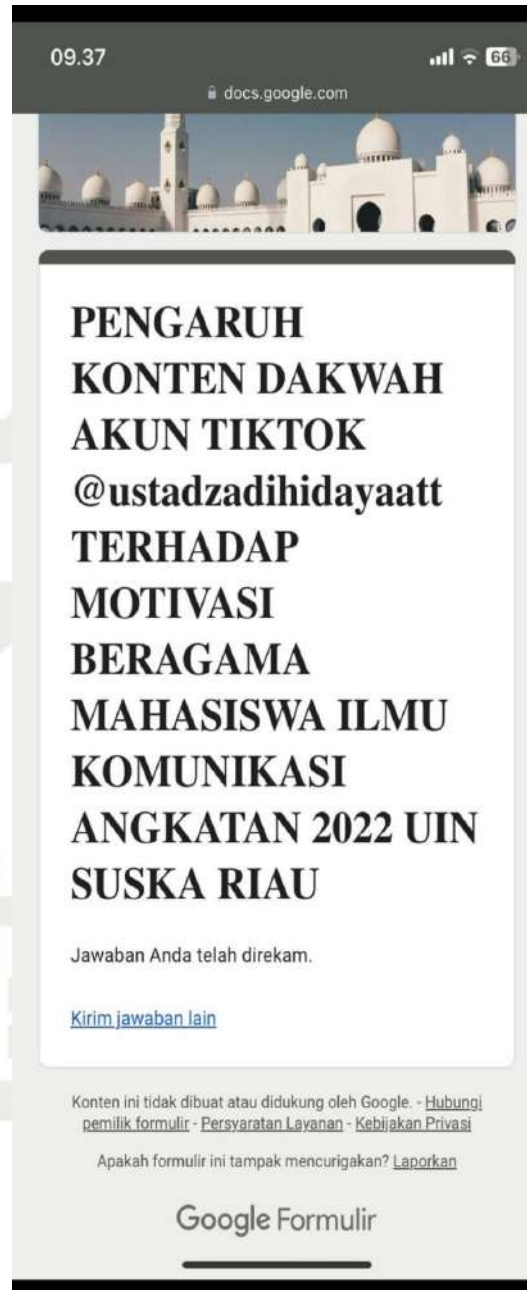
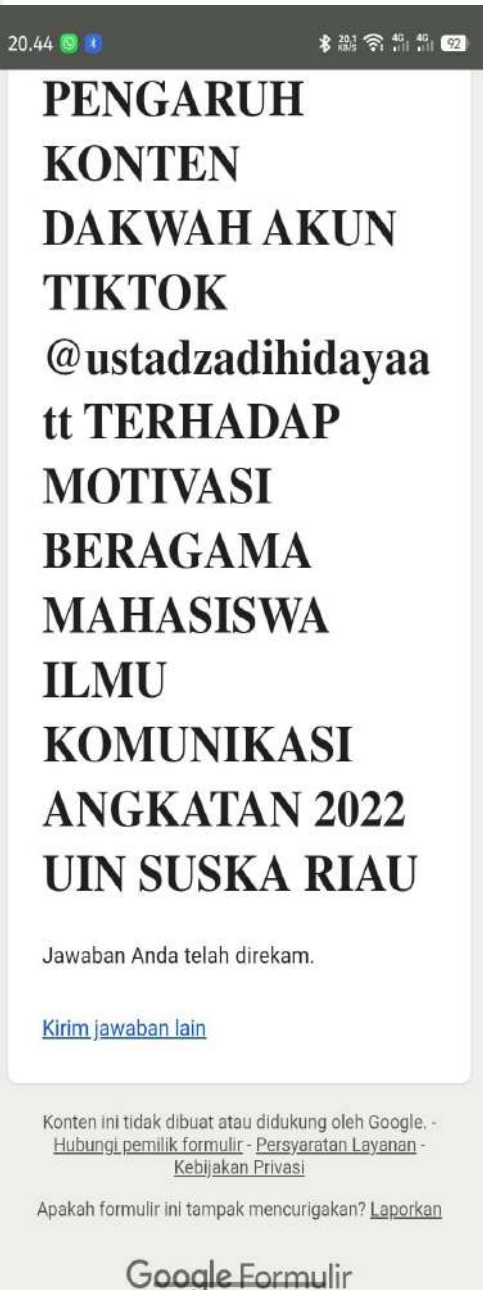
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



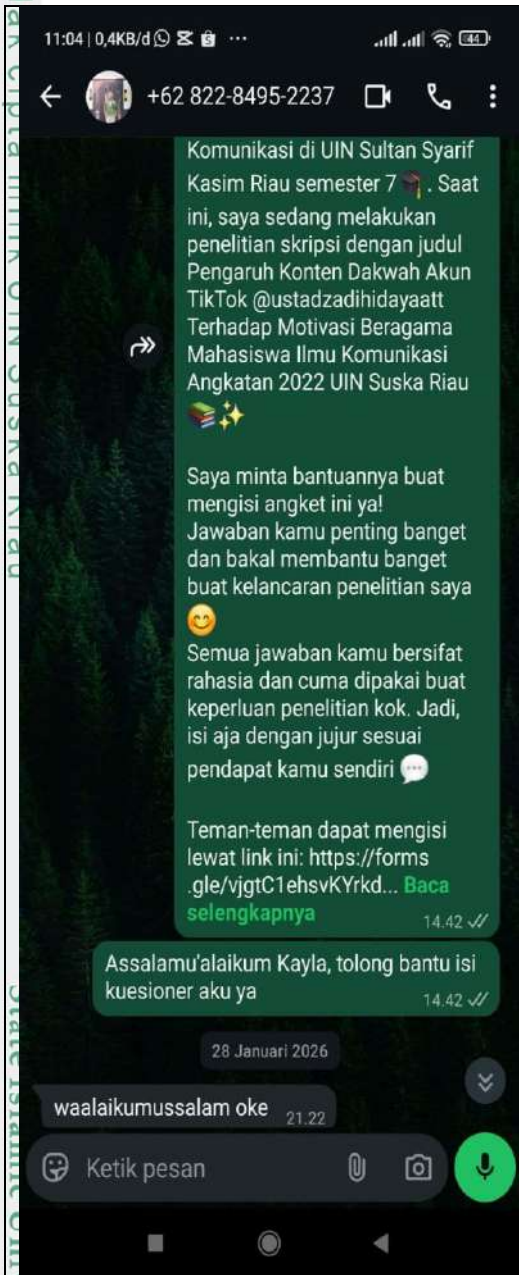
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 4: Output Validitas dan Realibilitas Variabel Konten Dakwah Akun TikTok @ustadzadhidayaatt (X)

		Correlations															
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	Jumlah
X1	Pearson Correlation	1	.837**	.704**	.750**	.681**	.587**	.421**	.425**	.319**	.323**	.593**	.653**	.642**	.574**	.673**	.788**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.006	.006	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X2	Pearson Correlation	.837**	1	.746**	.716**	.760**	.604**	.513**	.448**	.315**	.301**	.550**	.568**	.496**	.565**	.711**	.765**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.007	.010	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X3	Pearson Correlation	.704**	.746**	1	.744**	.703**	.543**	.526**	.594**	.425**	.489**	.619**	.653**	.577**	.589**	.683**	.835**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X4	Pearson Correlation	.750**	.716**	.744**	1	.821**	.653**	.476**	.381**	.474**	.403**	.860**	.742**	.600**	.639**	.646**	.836**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X5	Pearson Correlation	.681**	.760**	.703**	.821**	1	.576**	.507**	.261**	.311**	.204	.429**	.531**	.404**	.447**	.511**	.700**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.013	.008	.068	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X6	Pearson Correlation	.587**	.604**	.543**	.653**	.576**	1	.484**	.434**	.500**	.527**	.595**	.562**	.543**	.576**	.637**	.763**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X7	Pearson Correlation	.421**	.513**	.526**	.476**	.507**	.484**	1	.304**	.437**	.306**	.439**	.381**	.324**	.425**	.483**	.615**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		.009	<.001	.011	<.001	<.001	.008	<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X8	Pearson Correlation	.425**	.448**	.594**	.381**	.391**	.434**	.304**	1	.511**	.733**	.584**	.498**	.480**	.522**	.480**	.863**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.013	<.001	.009		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X9	Pearson Correlation	.319**	.315**	.425**	.476**	.311**	.500**	.437**	.511**	1	.664**	.613**	.584**	.504**	.594**	.697**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.065	.097	<.001	<.001	.008	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X10	Pearson Correlation	.323**	.381**	.489**	.403**	.204	.527**	.300**	.733**	.664**	1	.589**	.488**	.486**	.472**	.594**	.966**
	Sig. (2-tailed)	.068	.010	<.001	<.001	.068	<.001	.011	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X11	Pearson Correlation	.583**	.550**	.619**	.660**	.429**	.595**	.439**	.584**	.613**	.589**	1	.863**	.711**	.839**	.727**	.843**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X12	Pearson Correlation	.653**	.568**	.653**	.742**	.531**	.562**	.381**	.498**	.584**	.489**	.803**	1	.805**	.745**	.738**	.844**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X13	Pearson Correlation	.642**	.499**	.577**	.600**	.404**	.543**	.324**	.480**	.504**	.465**	.711**	.865**	1	.718**	.693**	.776**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.008	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X14	Pearson Correlation	.574**	.585**	.599**	.836**	.447**	.576**	.425**	.522**	.594**	.472**	.836**	.745**	.718**	1	.734**	.815**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X15	Pearson Correlation	.673**	.711**	.883**	.846**	.511**	.637**	.483**	.480**	.807**	.584**	.727**	.738**	.883**	.734**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Jumlah	Pearson Correlation	.788**	.785**	.835**	.836**	.700**	.763**	.615**	.683**	.695**	.866**	.843**	.844**	.776**	.818**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	15

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 5: Output Validitas dan Realibilitas Variabel Motivasi Beragama

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y13	Jumlah		
Y1	Pearson Correlation	1	.580**	.663**	.395**	.349**	.484**	.440**	.322**	.495**	.525**	.575**	.528**	.577**	.528**	.211	.705**	
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	.008	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.075	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y2	Pearson Correlation	.580**	1	.802**	.456**	.497**	.392**	.700**	.468**	.800**	.517**	.841**	.664**	.637**	.470**	.340**	.808**	
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y3	Pearson Correlation	.663**	.802**	1	.497**	.501**	.406**	.641**	.496**	.643**	.540**	.631**	.861**	.604**	.569**	.384**	.834**	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y4	Pearson Correlation	.395**	.456**	.497**	1	.473**	.264**	.461**	.332**	.515**	.385**	.481**	.426**	.456**	.382**	.353**	.640**	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	.025	<.001	.004	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y5	Pearson Correlation	.349**	.497**	.501**	.473**	1	.406**	.463**	.468**	.697**	.522**	.447**	.510**	.490**	.339**	.375**	.882**	
	Sig. (2-tailed)	.003	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.005	.001	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y6	Pearson Correlation	.484**	.382**	.498**	.264**	.496**	1	.494**	.168**	.507**	.630**	.576**	.489**	.532**	.525**	.056	.648**	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.025	<.001		<.001	.157	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.642	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y7	Pearson Correlation	.440**	.700**	.641**	.461**	.463**	.494**	1	.371**	.650**	.601**	.645**	.619**	.525**	.479**	.339**	.782**	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.004	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y8	Pearson Correlation	.322**	.468**	.498**	.332**	.469**	.168**	.371**	1	.370**	.231**	.313**	.303**	.258**	.189	.581**	.561**	
	Sig. (2-tailed)	.008	<.001	<.001	.004	<.001	.157	.001		.001	.051	.007	.010	.029	.112	<.001	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y9	Pearson Correlation	.495**	.800**	.643**	.515**	.467**	.607**	.650**	.370**	1	.576**	.714**	.807**	.671**	.656**	.268	.808**	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.014	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y10	Pearson Correlation	.525**	.517**	.540**	.386**	.522**	.630**	.601**	.231**	.576**	1	.594**	.603**	.686**	.514**	.138	.745**	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.051	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.254	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y11	Pearson Correlation	.575**	.841**	.631**	.481**	.447**	.576**	.646**	.313**	.714**	.594**	1	.690**	.694**	.592**	.182	.804**	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.007	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.175	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y12	Pearson Correlation	.528**	.654**	.661**	.426**	.510**	.499**	.616**	.303**	.607**	.603**	.690**	1	.699**	.617**	.265	.796**	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.010	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.030	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y13	Pearson Correlation	.577**	.637**	.604**	.456**	.460**	.532**	.525**	.259**	.671**	.685**	.694**	.689**	1	.689**	.096	.785**	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.029	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	.421	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y13	Pearson Correlation	.528**	.470**	.560**	.382**	.330**	.525**	.475**	.189**	.656**	.514**	.592**	.617**	.689**	1	.148	.703**	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.005	<.001	<.001	.112	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		.221	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y13	Pearson Correlation	.211	.340**	.384**	.353**	.375**	.056	.339**	.581**	.288**	.136	.162	.256**	.038	.148	1	.460**	
	Sig. (2-tailed)	.075	.003	<.001	.002	.001	.642	.004	<.001	.014	.254	.175	.030	.421	.221		<.001	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Jumlah	Pearson Correlation	.705**	.808**	.834**	.840**	.682**	.648**	.782**	.682**	.808**	.745**	.804**	.796**	.786**	.703**	.490**	1	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	15

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 6: Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	43.549	4.922		8.847	<.,001
	Konten Dakwah	.343	.082	.447	4.181	<.,001

a. Dependent Variable: Motivasi Beragama

Lampiran 7: Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.447 ^a	.200	.188	0.800

a. Predictors: (Constant), Konten Dakwah

Lampiran 8: Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Konten Dakwah	72	30.00	74.00	59.4444	8.04545
Motivasi Beragama	72	47.00	75.00	63.9444	6.17557
Valid N (listwise)	72				

Lampiran 9: Distribusi Frekuensi Angkatan

Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2022	56	77.8	77.8	77.8
	22	16	22.2	22.2	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Lampiran 10: Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	27	37.5	37.5	37.5
	Perempuan	45	62.5	62.5	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Lampiran 11: Distribusi Frekuensi Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21	33	45.8	45.8	45.8
	22	31	43.1	43.1	88.9
	23	7	9.7	9.7	98.6
	24	1	1.4	1.4	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 12: T Tabel

df	0,05	0,025
1	6.314	12.706
2	2.920	4.303
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064
25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042
31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.014
47	1.678	2.013
48	1.677	2.012
49	1.677	2.011
50	1.676	2.010
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007

df	0,05	0,025
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.995
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984
101	1.660	1.984
102	1.660	1.983
103	1.660	1.983
104	1.660	1.983

df	0,05	0,025
105	1.659	1.983
106	1.659	1.983
107	1.659	1.982
108	1.659	1.982
109	1.659	1.982
110	1.659	1.982
111	1.659	1.982
112	1.659	1.981
113	1.658	1.981
114	1.658	1.981
115	1.658	1.981
116	1.658	1.981
117	1.658	1.980
118	1.658	1.980
119	1.658	1.980
120	1.658	1.980
121	1.658	1.980
122	1.657	1.980
123	1.657	1.979
124	1.657	1.979
125	1.657	1.979
126	1.657	1.979
127	1.657	1.979
128	1.657	1.979
129	1.657	1.979
130	1.657	1.978
131	1.657	1.978
132	1.656	1.978
133	1.656	1.978
134	1.656	1.978
135	1.656	1.978
136	1.656	1.978
137	1.656	1.977
138	1.656	1.977
139	1.656	1.977
140	1.656	1.977
141	1.656	1.977
142	1.656	1.977
143	1.656	1.977
144	1.656	1.977
145	1.655	1.976
146	1.655	1.976
147	1.655	1.976
148	1.655	1.976
149	1.655	1.976
150	1.655	1.976
151	1.655	1.976
152	1.655	1.976
153	1.655	1.976
154	1.655	1.975
155	1.655	1.975
156	1.655	1.975

df	0,05	0,025
157	1.655	1.975
158	1.655	1.975
159	1.654	1.975
160	1.654	1.975
161	1.654	1.975
162	1.654	1.975
163	1.654	1.975
164	1.654	1.975
165	1.654	1.974
166	1.654	1.974
167	1.654	1.974
168	1.654	1.974
169	1.654	1.974
170	1.654	1.974
171	1.654	1.974
172	1.654	1.974
173	1.654	1.974
174	1.654	1.974
175	1.654	1.974
176	1.654	1.974
177	1.654	1.973
178	1.653	1.973
179	1.653	1.973
180	1.653	1.973
181	1.653	1.973
182	1.653	1.973
183	1.654	1.973
184	1.653	1.973
185	1.653	1.973
186	1.653	1.973
187	1.653	1.973
188	1.653	1.973
189	1.654	1.973
190	1.653	1.973
191	1.653	1.972
192	1.653	1.972
193	1.653	1.972
194	1.653	1.972
195	1.654	1.972
196	1.653	1.972
197	1.653	1.972
198	1.653	1.972
199	1.653	1.972
200	1.653	1.972

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 13: R Tabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211