

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan baik secara umum maupun secara khusus. Kesimpulan umum dari penelitian ini adalah bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konten media sosial TikTok @kadamsidik00 terhadap peningkatan kecerdasan emosional di kalangan Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, berperan sebagai sarana dakwah yang mampu memberikan pengaruh positif pemahaman keagamaan yang positif dan peningkatan kecerdasan emosional terhadap kalangan Generasi Z, khususnya Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN SMH Banten.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, analisis statistik, serta kajian teori yang relevan, dapat disimpulkan bahwa konten-konten keagamaan yang disajikan oleh akun @kadamsidik00 memiliki daya tarik tersendiri yang mampu membentuk persepsi, memengaruhi sikap, dan menumbuhkan kesadaran beragama dan peningkatan kecerdasan emosional pada mahasiswa. Responden menunjukkan antusiasme dan ketertarikan terhadap konten yang disampaikan karena dikemas secara menarik, kontekstual, dan mudah dipahami. Hasil uji statistik menggunakan analisis korelasi Spearman's Rank memperlihatkan bahwa meskipun kekuatan hubungan antara variabel X dan Y tergolong lemah (koefisien korelasi 0,186), hubungan tersebut signifikan secara statistik (nilai signifikansi $0,035 < 0,05$), yang berarti konten TikTok memang memiliki kontribusi dalam membentuk kesadaran beragama.

Selain itu, bila dilihat melalui perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), keberadaan konten TikTok yang memuat nilai-nilai keislaman dapat memengaruhi sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku

(*perceived behavioral control*) mahasiswa, yang kemudian secara bertahap membentuk niat dan kecenderungan untuk berperilaku sesuai ajaran agama.

Dengan demikian, konten dakwah digital melalui platform seperti TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga memiliki nilai edukatif dan spiritual yang mampu membentuk karakter keagamaan dan sikap emosional generasi muda di era digital. Dapat disimpulkan beberapa poin penting berikut:

Konten media sosial TikTok @kadamsidik00 memberikan pengaruh positif terhadap cara pandang mahasiswa terhadap ajaran Islam. Melalui gaya penyampaian yang santai namun tetap berbobot, serta pendekatan yang komunikatif dan *relatable* dengan kehidupan anak muda, konten tersebut mampu menarik perhatian mahasiswa dan membangkitkan minat mereka terhadap nilai-nilai keislaman. Pesan-pesan dakwah yang dibawakan terasa lebih ringan, tidak menggurui, serta menyentuh aspek emosional dan logika. Hal ini membuat mahasiswa lebih terbuka dalam menerima pesan-pesan keagamaan dan menjadikannya sebagai bagian dari refleksi diri dalam kehidupan sehari-hari. Dengan pendekatan yang humanis dan relevan dengan konteks sosial generasi Z, konten dari @kadamsidik00 berhasil menciptakan ruang dakwah digital yang inklusif dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Mahasiswa tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga terdorong untuk merespon, berdiskusi, bahkan menerapkan nilai-nilai agama dalam sikap dan perilaku mereka. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial, jika dimanfaatkan secara tepat, dapat menjadi medium efektif dalam membangun kesadaran beragama yang lebih kuat dan bermakna di kalangan generasi muda, tanpa harus meninggalkan esensi ajaran Islam itu sendiri.

Tingkat kecerdasan emosional mahasiswa Fakultas Dakwah UIN SMH Banten tergolong cukup tinggi. Hal ini terlihat dari jawaban responden yang menunjukkan bahwa mereka memiliki pemahaman yang baik terhadap ajaran agama Islam, merasa termotivasi untuk menjalankan ibadah secara rutin, dan menjadikan nilai-nilai keagamaan sebagai dasar dalam

pengambilan keputusan sehari-hari mereka. Selain itu, responden juga menunjukkan adanya kesadaran spiritual yang tercermin dalam sikap toleransi, kepedulian sosial, serta kemampuan dalam membedakan hal yang sesuai dan tidak sesuai dengan ajaran Islam. Kesadaran ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga tercermin dalam perilaku nyata sehari-hari, seperti rajin mengikuti kajian keagamaan, menjaga akhlak dalam pergaulan, serta lebih selektif dalam mengakses informasi dan hiburan di media sosial. Tingginya kesadaran beragama ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah konsumsi konten-konten keagamaan yang informatif dan inspiratif, seperti yang disajikan oleh akun TikTok @kadamsidik00. Dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik generasi Z, konten tersebut mampu menyentuh sisi emosional dan kognitif mahasiswa, sehingga mendorong terbentuknya kesadaran beragama yang lebih mendalam, reflektif, dan aplikatif dalam kehidupan mereka.

Dari hasil uji korelasi Spearman diperoleh nilai sebesar 0,186 dengan signifikansi 0,035. Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan secara statistik antara konten media sosial TikTok @kadamsidik00 dengan peningkatan kesadaran beragama mahasiswa Generasi Z. Meskipun hubungan tersebut berada pada kategori lemah atau rendah, secara statistik hal ini tetap menunjukkan bahwa konten tersebut memiliki peran nyata dalam memengaruhi kesadaran religius mahasiswa, meskipun bukan sebagai satu-satunya faktor dominan. Artinya, konten TikTok yang bersifat edukatif dan religius dapat menjadi salah satu sumber informasi dan inspirasi dalam membentuk sikap keagamaan mahasiswa, terutama jika disampaikan dengan cara yang sesuai dengan karakteristik generasi muda—yakni komunikatif, ringkas, dan mudah dipahami. Namun demikian, tingkat kesadaran beragama juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti pendidikan keluarga, lingkungan sosial, latar belakang pendidikan agama formal, serta pengalaman spiritual individu. Oleh karena itu, meskipun kontribusi media sosial tidak sepenuhnya menentukan,

peranannya tetap signifikan dalam mendukung proses pembentukan nilai-nilai keagamaan yang relevan dan kontekstual di era digital saat ini.

Temuan ini memperkuat kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa niat untuk menjalankan perilaku tertentu (dalam hal ini praktik keagamaan) dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap perilaku. Dalam konteks penelitian ini, sikap terhadap perilaku tercermin dari pandangan positif mahasiswa terhadap ajaran agama yang disampaikan melalui konten TikTok @kadamsidik00. Norma subjektif tampak dari adanya pengaruh lingkungan sosial, seperti teman sebaya atau tokoh publik yang juga mengonsumsi dan mendukung konten serupa, sehingga menciptakan tekanan sosial positif untuk mengikuti nilai-nilai keagamaan tersebut. Sementara itu, persepsi kontrol terhadap perilaku terlihat dari keyakinan mahasiswa bahwa mereka memiliki kemampuan dan kesempatan untuk menerapkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, yang diperkuat oleh contoh nyata dan inspiratif yang ditampilkan dalam konten. Dengan demikian, konten media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai informasi, tetapi juga sebagai stimulus psikologis yang berkontribusi dalam membentuk intensi serta kecenderungan mahasiswa untuk menjalankan perilaku keagamaan secara sadar dan konsisten.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi para konten kreator dakwah, seperti @kadamsidik00, diharapkan untuk terus mengembangkan konten-konten yang tidak hanya menarik secara visual dan menghibur, tetapi juga memperkuat substansi keislaman yang mendalam. Penyajian dakwah yang adaptif dengan tren digital sangat penting, namun tidak boleh mengurangi kualitas materi yang disampaikan, baik dari segi keilmuan, ketepatan isi, maupun etika dalam berdakwah. Kreativitas dalam menyampaikan pesan Islam hendaknya tetap berpijak pada nilai-nilai ajaran yang benar, disampaikan

dengan bahasa yang santun, serta mampu menyentuh hati dan pikiran audiens, khususnya generasi muda. Dengan demikian, dakwah melalui media sosial seperti TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi media edukatif dan transformatif yang mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran beragama di kalangan generasi Z. Para kreator dakwah perlu terus belajar, berinovasi, serta memperhatikan kebutuhan spiritual masyarakat digital agar pesan-pesan Islam dapat diterima secara luas dan berdampak positif dalam kehidupan sehari-hari

2. Bagi mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z, diharapkan untuk menjadi konsumen media yang aktif, selektif, dan kritis dalam menghadapi arus informasi digital, termasuk dalam hal konten dakwah. Artinya, mahasiswa harus mampu menyaring dan mengevaluasi setiap informasi keislaman yang diterima melalui media sosial, memastikan bahwa konten tersebut bersumber dari narasumber yang kredibel dan sesuai dengan ajaran Islam yang autentik. Selain itu, mahasiswa juga dituntut untuk menyesuaikan konten dakwah yang dikonsumsi dengan kebutuhan spiritual pribadi, serta menjadikannya sebagai pelengkap dalam proses pencarian ilmu agama, bukan sebagai satu-satunya sumber belajar. Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah hendaknya dibarengi dengan keterlibatan aktif dalam kegiatan-kegiatan spiritual offline, seperti mengikuti kajian keislaman, diskusi ilmiah, majelis taklim, atau pembinaan rohani di lingkungan kampus maupun masyarakat. Kombinasi antara konten digital dan aktivitas keagamaan secara langsung sangat penting untuk membentuk pemahaman agama yang utuh, mendalam, dan kokoh, serta mendorong mahasiswa agar tidak hanya menjadi pengikut pasif, tetapi juga agen perubahan yang membawa nilai-nilai Islam secara bijak dan kontekstual di era digital ini
3. Bagi institusi pendidikan, khususnya Fakultas Dakwah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, diharapkan untuk terus menjadikan media digital sebagai bagian integral dari strategi dakwah modern yang relevan

dengan perkembangan zaman. Hal ini dapat diwujudkan melalui berbagai langkah konkret, seperti memberikan pelatihan literasi media digital kepada mahasiswa agar mereka mampu memproduksi dan mengelola konten dakwah yang berkualitas, kreatif, dan bertanggung jawab. Selain itu, institusi juga perlu mendukung berbagai proyek dakwah digital berbasis kampus yang melibatkan mahasiswa secara aktif, baik dalam bentuk komunitas kreatif, kanal dakwah kampus, maupun kegiatan kolaboratif dengan tokoh dan lembaga dakwah eksternal. Tidak kalah penting, fakultas perlu menyediakan ruang-ruang ekspresi yang kondusif dan Islami bagi mahasiswa untuk menyalurkan ide serta kreativitasnya di berbagai platform media sosial, dengan tetap mengedepankan nilai-nilai etika, adab, dan substansi ajaran Islam. Dengan upaya tersebut, institusi pendidikan tidak hanya menjadi pusat pengembangan ilmu dakwah secara teoritis, tetapi juga sebagai fasilitator dalam membentuk generasi da'i digital yang mampu berdakwah secara efektif, kontekstual, dan inspiratif di era modern

4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian agar hasil yang diperoleh menjadi lebih komprehensif dan representatif. Perluasan ini dapat dilakukan dengan menambah jumlah responden yang lebih besar serta mencakup mahasiswa dari berbagai fakultas, tidak hanya terbatas pada Fakultas Dakwah, agar dapat melihat perbedaan persepsi atau pemahaman antar disiplin ilmu terhadap konten dakwah di media sosial. Selain itu, penelitian juga dapat dikembangkan dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai universitas, baik dalam lingkup regional maupun nasional, guna memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai pengaruh media sosial terhadap kesadaran beragama di kalangan Generasi Z.
5. Secara umum, diharapkan semua pihak, baik individu, institusi pendidikan, maupun lembaga keagamaan, mampu melihat dan memanfaatkan potensi besar media sosial sebagai sarana dakwah, edukasi, serta pembentukan karakter generasi masa depan yang

berakhlak mulia dan berwawasan keislaman. Media sosial bukan hanya sekadar ruang hiburan atau komunikasi, tetapi telah menjadi wadah strategis dalam menyampaikan pesan-pesan moral dan nilai-nilai agama secara luas, cepat, dan efektif, terutama di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, pendekatan dakwah di era digital harus dibangun di atas fondasi inovasi, adaptasi terhadap perkembangan teknologi, serta kebijaksanaan dalam memilih metode dan bahasa komunikasi yang tepat. Selain itu, penting pula adanya komitmen kuat dari para dai, pendidik, dan kreator konten dakwah untuk menanamkan nilai-nilai Islam yang rahmatan lil ‘alamin, yakni Islam yang membawa kasih sayang, kedamaian, dan kemaslahatan bagi seluruh umat manusia. Hal ini perlu diupayakan agar pesan dakwah tidak hanya tersampaikan secara informatif, tetapi juga mampu membentuk kesadaran, perilaku, dan karakter keislaman yang kokoh di setiap lapisan masyarakat, khususnya dalam diri generasi muda sebagai penerus bangsa