

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON KONTEN DAKWAH  
TIKTOK TERHADAP PRILAKU MORAL GENERASI Z DI  
DESA KARDULUK KABUPATEN SUMENEP**

**SKRIPSI**



Oleh :  
**ACH JAZULI MAHDI**  
NIM. 212103010037

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH  
2025**

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON KONTEN DAKWAH  
TIKTOK TERHADAP PRILAKU MORAL GENERASI Z DI  
DESA KARDULUK KABUPATEN SUMENEP**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S. Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
Oleh :  
ACH JAZULI MAHDI  
NIM. 212103010037

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH  
2025**

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON KONTEN DAKWAH  
TIK TOK TERHADAP PRILAKU MORAL GENERASI Z DI  
DESA KARDULUK KABUPATEN SUMENEP**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S. Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Oleh :

**Ach Jazuli Mahdi**

**NIM : 212103010037**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Disetujui Pembimbing

**Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag., M.Med.Kom.**  
**NIP. 197207152006042001**

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON KONTEN DAKWAH  
TIKTOK TERHADAP PRILAKU MORAL GENERASI Z DI  
DESA KARDULUK KABUPATEN SUMENEP**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar S.sos

**Fakultas Dakwah**  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari : Rabu

Tanggal : 12 November 2025

Tim penguji

Ketua

Sekretaris

Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.  
NIP: 198710182019031004

Zayyinah Haririn, M.Pd.I  
NIP: 198103012023212017

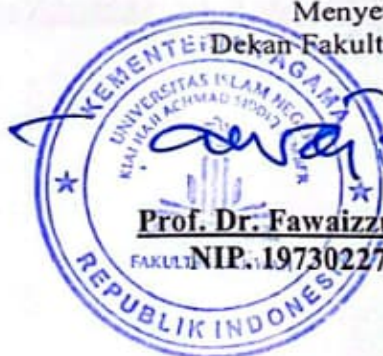
Anggota :

1. Muhibbin, S.Ag., M.Si.

2. Dr. Sitti Raudhatul Jannah, S. Ag, M.Med. Kom

Menyetujui

Dekan Fakultas Dakwah



Prof. Dr. Fawaizzul Umam, M.Ag

NIP. 197302272000031001



## MOTTO

عَنْ أَبِي ذَرٍّ جُنْدُبِ بْنِ جُنَادَةَ وَأَبِي عَبْدِ الرَّحْمَنِ مُعَاذِ بْنِ جَبَلٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: (اتَّقِ اللَّهَ حَيْثُمَا كُنْتَ، وَاتَّبِعِ السَّبِيلَ الْحَسَنَةَ تَمَحُّهَا، وَخَالِقِ النَّاسَ بِخُلُقٍ حَسَنٍ) رَوَاهُ التِّرْمِذِيُّ وَقَالَ: حَدِيثٌ حَسَنٌ. وَفِي بَعْضِ النُّسخ: حَسَنٌ صَحِيحٌ

Dari Abu Dzarr Jundub bin Junadah dan Abu 'Abdirrahman Mu'adz bin Jabal radhiyallahu 'anhuma, dari Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam, beliau bersabda, "Bertakwalah kepada Allah di mana pun engkau berada; iringilah perbuatan buruk dengan perbuatan baik, maka kebaikan akan menghapuskan keburukan itu; dan pergaulilah manusia dengan akhlak yang baik." (HR. Tirmidzi, ia mengatakan haditsnya itu hasan dalam sebagian naskah disebutkan bahwa hadits ini hasan shahih) [HR. Tirmidzi, no. 1987 dan Ahmad, 5:153. Al-Hafizh Abu Thahir mengatakan bahwa hadits ini hasan\*]



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

\* Muhammad Abduh Tausikal, MSc. "Hadits Arbain #18: Takwa, Mengikutkan Kejelekan dengan Kebaikan, dan Berakhlak Mulia" 15 Desember 2018 <https://rumaysho.com/19209-hadits-arbain-18-takwa-mengikutkan-kejelekan-dengan-kebaikan-dan-berakhlak-mulia.html>

## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang tak terhingga, karya sederhana ini yang berjudul “Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok Terhadap Prilaku Moral Generasi Z di Desa Karduluk Kabupaten Sumenep”, saya persembahkan dengan penuh cinta dan hormat kepada:

1. Allah SWT. Tuhan Semesta Alam, atas segala rahmat, hidayah dan kekuatan yang tak pernah terputus, yang memungkinkan saya menyelesaikan perjalanan akademik ini hingga titik akhir. Segala kesulitan dan kemudahan adalah bukti kasih sayang-Mu.
2. Ibu tercinta dan nenek, yang merupakan sumber kekuatan doa dan inspirasi utama dalam hidup saya. Terimakasih atas setiap tetes keringat, setiap helaan nafas, dan setiap dukungan tanpa batas.
3. Almarhum Bapak, yang tak kalah penting dalam perjalanan hidup saya, yang telah mengajarkan arti ketekunan dan semangat dalam hidup. Semoga skripsi ini menjadi amal jariyah bagi beliau.
4. Adikku, yang selalu menjadi penyemangat dan pengingat bahwa tujuan harus dicapai. Kamu adalah obat lelah terbaik selama proses pengerjaan skripsi.
5. Seluruh Keluarga Besar yang senantiasa mendoakan dan memberikan perhatian di setiap langkah perjalanan studi saya.
6. Teman-teman seperjuangan di Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, terutama kelompok diskusi. Terimakasih telah berbagi tawa, keluh kesah, dan semangat di saat-saat paling sulit kita berhasil melewatinya bersama.
7. Kepada seluruh guru dari RA, MI, MTs, MA dan tak lupa juga kepada guru ngaji yang telah mengajarkan penulis ilmu agama.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini secara tepat waktu. Tak lupa sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan ke junjungan kita nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang, semoga kelak kita mendapat syafaatnya di hari akhir.

Selesainya skripsi ini tentu saja karena dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih sebanyak banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. Imam Turmudi, S.Pd., M.M. Selaku Kajar Komunikasi Sosial Masyarakat.
4. Ahmad Hayyan Najikh, M. Kom.I Selaku Kaprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag, M.Med.Kom. Sebagai Dosen Pembimbing yang senantiasa bersedia membantu dan membimbing penulis dari awal hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Dakwah Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, dengan doa yang tulus dan memberikan ilmu yang

bermanfaat dan berkah kepada penulis..

7. Seluruh partisipan yang sudah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih, tanpa partisipasi dari kalian penyelesaian skripsi ini tentu akan lebih sulit.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan, sehingga dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf atas hal tersebut. Segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun dari Bapak dan Ibu sangat penulis hargai sebagai masukan berharga untuk penyempurnaan karya ini. Semoga segala kebaikan serta dukungan yang diberikan oleh Bapak, Ibu, dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini diterima Allah SWT sebagai amal kebaikan. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.



Jember, 16 Oktober 2025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Ach Jazuli Mahdi  
NIM. 212103010037

## ABSTRAK

**Ach Jazuli Mahdi, 2025** : *Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok Terhadap Prilaku Moral Generasi Z di Desa Karduluk Kabupaten Sumenep*

**Kata Kunci** : Intensitas Menonton Konten DakwahTikTok, Prilaku Moral, Generasi Z, Desa Karduluk

Penelitian ini di dasari oleh kekhawatiran terhadap merosotnya moral Generasi Z di Desa Karduluk, yang banyak dipicu oleh pengaruh media sosial TikTok. Indikasi masalah ini terlihat dari maraknya penggunaan bahasa kasar dan rendahnya minat remaja untuk terlibat dalam kegiatan positif. Namun di sisi lain, muncul sebuah terobosan baru dalam berdakwah melalui konten-konten di TikTok yang diciptakan oleh sebagian konten kreator. Konten dakwah inipun beragam, mulai dari ceramah pendek hingga kutipan-kutipan inspiratif. Konten dakwah ini mendapat sambutan positif dari masyarakat, termasuk para Generasi Z, karena dianggap sebagai sarana dakwah yang modern dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Fokus penelitian ini adalah mengenai apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari intensitas menonton konten dakwah di aplikasi TikTok terhadap prilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk dan seberapa besar pengaruhnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari intensitas menonton konten dakwah di aplikasi TikTok terhadap prilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk dan seberapa besar pengaruhnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden terpilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Selain itu, pengumpulan data juga didukung dengan observasi dan wawancara untuk memperkuat hasil temuan di lapangan.

Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara intensitas menonton konten dakwah TikTok (Variabel X) terhadap perilaku moral Generasi Z (Variabel Y). Hal ini dibuktikan oleh Uji-T dengan nilai signifikansi 0,001 (Sig. < 0,05) dan koefisien regresi positif sebesar 0,449. Sementara itu, Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa intensitas menonton konten dakwah TikTok mampu menjelaskan variasi perilaku moral Generasi Z sebesar 24,3%, sedangkan sisanya 75,7% dipengaruhi oleh faktor eksternal. Temuan ini secara teoretis dikuatkan oleh Teori *Uses and Effects* melalui konsep *Conseffect*, yang menegaskan bahwa dampak moral adalah hasil dari penggunaan media dan isi media itu sendiri (*Uses & Effect*). Mekanisme internalnya dijelaskan oleh Teori Kognitif Sosial (SCT), di mana konten dakwah berfungsi sebagai Model Simbolik yang memicu belajar observasional dan peningkatan *Self-Efficacy* remaja. Secara empiris, pengaruh ini terlihat dari minimalisasi kebiasaan buruk (seperti berkurangnya *bullying* dan kata-kata kotor) dan peningkatan partisipasi dalam kegiatan-kegiatan positif. Meskipun diperlukan pembinaan berkelanjutan untuk hasil yang lebih optimal.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Definisi Operasional.....	11
F. Variabel Penelitian .....	14
G. Hipotesis.....	15
H. Sistematika Pembahasan .....	15
<b>BAB II KAJAN PUSTAKA.....</b>	<b>17</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	17
B. Kajian Teori .....	40



1. Teori Sosial Kognitif.....	40
2. Teori Budaya <i>Cultivation Theory</i> ).....	42
3. Teori <i>Uses and Effect</i> .....	46
4. Generasi Z.....	50
5. TikTok.....	51
6. Moral.....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>60</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	60
B. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	61
C. Populasi dan Sampel.....	63
D. Analisis Data.....	70
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>76</b>
A. Objek Penelitian.....	76
B. Penyajian Data.....	89
C. Analisis dan Pengujian Data.....	92
D. Pembahasan.....	103
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>115</b>
A. Kesimpulan.....	114
B. Saran.....	117
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>122</b>

## DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu.....	30
3.1	Skala Likert.....	65
3.2	Kisi-kisi Instrumen Variabel X.....	65
3.3	Kisi-kisi Instrumen Variabel Y.....	66
3.4	Hasil Uji Validitas .....	68
3.5	Hasil Uji Reabilitas.....	70
4.1	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
4.2	Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian .....	85
4.3	Data Responden Penelitian .....	89
4.4	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	94
4.5	Hasil Uji Linearitas.....	96
4.6	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	97
4.7	Hasil Uji T (Parsial) .....	99
4.8	Hasil Uji Hipotesis Determinasi .....	101
4.9	Hasil Uji T (Parsial).....	104
4.10	Hasil Uji Hipotesis Determinasi .....	110

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Data Pengguna TikTok Terbesar di Indonesia.....	3
1.2 Data Media Sosial Paling Banyak dikunjungi di Indonesia.....	3
4.1 Konten Dakwah Do'a-Do'a .....	77
4.2 Konten Dakwah Hijrah .....	77
4.3 Konten Dakwah Inspirasi.....	78
4.4 Konten Dakwah Motivasi .....	79
4.5 Konten Dakwah Nasihat .....	79
4.6 Grafik Normal Probability Plot.....	93



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menempatkan media sosial sebagai pusat perhatian baru interaksi dan pembentukan nilai dalam masyarakat, tak terkecuali di ranah pedesaan seperti Desa Karduluk. Generasi Z, sebagai digital native, menunjukkan intensitas penggunaan platform media sosial yang sangat tinggi, dengan TikTok menjadi salah satu yang paling dominan. Namun, fenomena ini tidak terlepas dari tantangan, khususnya terkait isu moral remaja. Di Desa Karduluk, kekhawatiran masyarakat muncul seiring adanya indikasi kemerosotan moral di kalangan Generasi Z, yang ditandai dengan maraknya penggunaan bahasa kasar, serta menurunnya minat dan partisipasi remaja dalam kegiatan-kegiatan positif berbasis nilai lokal dan keagamaan. Kondisi ini sering kali dipicu oleh paparan konten-konten media sosial yang tidak tersaring. Di sisi lain, fenomena TikTok juga melahirkan sebuah terobosan dalam penyebaran ajaran agama. Konten kreator memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui konten dakwah yang dikemas secara modern, baik berupa ceramah pendek, kutipan inspiratif, maupun visualisasi Islami yang menarik. Konten dakwah ini mendapat sambutan positif karena dianggap sebagai sarana yang relevan dengan perkembangan zaman dan gaya hidup Generasi Z.

Penggunaan media sosial di Indonesia sangatlah luas, mencakup semua kalangan usia. Bahkan anak di bawah umur pun sudah sangat familiar. Media sosial telah merevolusi cara berkomunikasi dan mengakses informasi.<sup>1</sup> Dengan kemudahan akses melalui perangkat mobile dan dekstop, pengguna dapat dengan cepat menyebarkan serta mengonsumsi konten digital dalam berbagai format, seperti teks, gambar, dan video. Karakteristik praktis dan interaktif dari media sosial telah membuatnya menjadi alat komunikasi yang sangat efektif dalam masyarakat modern.

TikTok yang merupakan salah satu platform media sosial, telah mengalami banyak pertumbuhan dalam basis penggunaanya selama beberapa tahun terakhir, menjadikannya salah satu aplikasi media sosial paling populer saat ini.<sup>2</sup> Menurut data yang dirilis Statista pada Agustus 2024, Indonesia memiliki 157,6 juta pengguna TikTok, lebih banyak dari negara-negara seperti Amerika Serikat dan Brasil.<sup>3</sup> TikTok menduduki peringkat keempat sebagai platform media sosial yang paling banyak dikunjungi di Indonesia, setelah WhatsApp, Instagram, dan Facebook, seperti yang dijelaskan dalam tabel di bawah ini.<sup>4</sup>

---

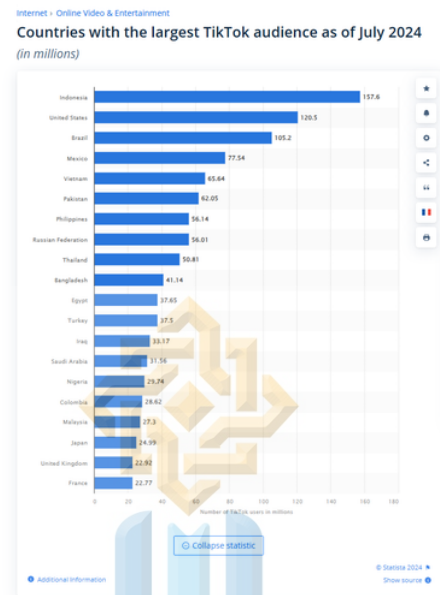
<sup>1</sup>Nora Usrina. “*Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur’an Ar-Risalah*”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021), h.3-4.

<sup>2</sup>Riska Amelia, “*Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten TikTok*”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021). h.1

<sup>3</sup>CNN Indonesia, “Indonesia Pengguna TikTok Terbanyak kalahkan AS hingga Rusia” <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20241007094807-192-1152374/indonesia-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-kalahkan-as-hingga-rusia>, Senin 07, Oktober 2024, 10.45 WIB

<sup>4</sup>Indiria Lintang, “10 Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024” <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>, Senin, 2 September 2024, 17.00 WIB

## 1.1 Gambar Data Pengguna TikTok Terbesar di Dunia



Sumber: Statista 2024

Gambar 1.2 Data media sosial paling banyak dikunjungi di Indonesia



Sumber: Dikutip dari inilah.com

Dengan jumlah pengguna yang mencapai sekitar 10 juta, TikTok berhasil melampaui popularitas berbagai aplikasi media sosial terkemuka lainnya di Indonesia, termasuk YouTube, WhatsApp, Facebook dan



Instagram. Mayoritas pengguna aktif platform ini merupakan Generasi Z, yaitu kelompok usia sekolah dan kaum milenial muda.<sup>5</sup>

Revolusi teknologi digital telah mengubah secara fundamental bagaimana individu berkomunikasi satu sama lain dan memperoleh berbagai macam pengetahuan. Dampak utama dari kemajuan teknologi ini adalah kemunculan beragam platform media sosial. Platform-platform ini, selain menyediakan hiburan, kini berperan penting sebagai saluran untuk menyebarkan nilai-nilai sosial dan informasi, termasuk materi dakwah Islam. Di antara semua platform yang tersedia, TikTok kini menempati posisi paling diminati oleh Generasi Z. Kondisi ini menjadikan TikTok sebagai arena baru bagi para kreator dan ulama muda untuk menyajikan pesan-pesan keagamaan dengan format yang inovatif, atraktif, dan mudah dicerna. Melalui pendekatan ini, konten dakwah berupaya mengajak pada kebaikan dan turut serta dalam pembentukan karakter moral audiens muda.

Moralitas remaja merupakan aspek penting yang mencakup kejujuran, tanggung jawab, toleransi, empati, dan integritas. Moralitas ini merupakan manifestasi dari rasa dan jiwa yang didasari oleh kesadaran dan pengamalan nilai-nilai agama dalam diri seseorang. Dalam hal ini moralitas remaja tidak terbatas pada tindakan-tindakan yang terlihat semata, melainkan juga mencakup kegiatan lain yang didorong oleh kekuatan moral.

Berangkat dari hal tersebut, dibutuhkan media sosial yang memiliki daya jangkau tinggi untuk penyampaian dakwah, guna membentuk kerangka

---

<sup>5</sup>AANBJ Dewanta, Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia Vol 9 No 2, Oktober 2020 h 79

berpikir dan keyakinan Generasi Z kontemporer. Inti dari aktivitas dakwah itu sendiri adalah mengarahkan umat manusia untuk menjalani kehidupan yang selaras dengan prinsip-prinsip syariat Islam, baik melalui pengamalan perbuatan baik maupun penghindaran terhadap larangan agama. Sebagai platform yang sangat digemari, TikTok menyajikan kesempatan yang luar biasa untuk menjangkau khalayak luas dengan pesan-pesan keagamaan. Dengan demikian, platform ini dapat dimanfaatkan oleh siapa saja sebagai sarana efektif untuk mensosialisasikan ajaran Islam dan mendorong individu lain menuju perilaku kebajikan. Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT yang terdapat dalam Al-Qur'an surah Al-'Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “ Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.”<sup>6</sup>

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa penting untuk membuat konten-konten yang bernuansa dakwah di media sosial TikTok untuk menyerukan kebajikan dan membentuk moralitas untuk semua kalangan terutama pada Generasi Z. Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa perkembangan teknologi digital di era modern ini telah mengubah cara manusia dalam berinteraksi, berkomunikasi, dan bahkan memahami agama. Salah satu fenomena menarik dalam konteks ini adalah munculnya media sosial TikTok sebagai platform dakwah yang banyak digandrungi oleh

<sup>6</sup>Qur'an Kemenag, [https://quran.kemenag.go.id/quran/per\\_ayat/surah/3?from=104&to=104](https://quran.kemenag.go.id/quran/per_ayat/surah/3?from=104&to=104)

generasi muda, khususnya generasi Z. TikTok tidak lagi hanya menjadi tempat untuk hiburan, tetapi juga wadah bagi para da'i muda dan konten kreator muslim untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dalam bentuk yang singkat, visual, dan mudah dicerna.

Fenomena ini turut terjadi di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di wilayah pedesaan seperti Desa Karduluk, Kabupaten Sumenep, yang dikenal memiliki kultur keagamaan yang kuat serta kedekatan dengan tradisi pesantren. Di satu sisi, keberadaan konten dakwah di TikTok dapat menjadi peluang positif bagi remaja di Desa Karduluk untuk memperluas wawasan keagamaan, mendapatkan inspirasi moral, dan memperkuat identitas Islam di tengah derasnya arus globalisasi. Namun di sisi lain, penggunaan media sosial secara berlebihan tanpa kontrol juga dapat menimbulkan pengaruh negatif, seperti pergeseran nilai moral, menurunnya adab berkomunikasi, hingga terjadinya degradasi etika sosial.

Generasi Z didefinisikan sebagai mereka yang lahir dari periode 1997 hingga 2012, yakni kelompok yang tumbuh dan dibesarkan sepenuhnya dalam suasana kehidupan serba digital. Mereka sangat akrab dengan teknologi, cepat beradaptasi terhadap tren baru, dan cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi dan hiburan.<sup>7</sup> Di Desa Karduluk, generasi ini menghadapi dinamika unik, di satu sisi mereka hidup dalam lingkungan sosial yang religius, tradisional, dan kuat nilai-nilai

---

<sup>7</sup> Rusdan kamil dan laksmi, "*generasi z, pustakawan dan vita activa kepastakawanan*," baca: jurnal dokumentasi dan informasi special issue festschrift for blasius sudarsono, 1119, 2023, h 27

lokalnya, namun di sisi lain, mereka juga aktif di dunia maya yang menawarkan kebebasan dan keragaman nilai global.

Terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh konten dakwah terhadap moralitas sebagaimana disampaikan oleh Rusyda dkk<sup>8</sup> dalam penelitiannya yang berjudul *“Pengaruh Dakwah Digital terhadap Etika Komunikasi Netizen dalam Dunia Maya”*, konten dakwah di media digital seperti TikTok berpotensi memperbaiki cara komunikasi netizen agar lebih sopan dan beretika. Namun, masih ditemukan banyak komentar tidak santun dan perilaku sarkastik yang justru bertentangan dengan nilai dakwah itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dakwah digital terhadap moralitas remaja sangat bergantung pada konteks sosial dan tingkat literasi media individu.

Penelitian lain oleh Kusumawati dan Sitika<sup>9</sup> berjudul *“Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah Islam bagi Generasi Z”* menemukan bahwa TikTok menjadi media dakwah yang efektif karena sifatnya yang visual, singkat, dan interaktif. Remaja merasa lebih dekat dengan pesan dakwah yang dikemas secara ringan dan kreatif. Namun, mereka juga menekankan pentingnya kredibilitas da'i atau konten kreator agar pesan yang disampaikan tidak disalahartikan.

Dari berbagai penelitian tersebut, tampak bahwa TikTok memiliki potensi besar dalam menyebarkan pesan dakwah, tetapi juga menyimpan

---

<sup>8</sup>Rusyda, S., Maharani, D., Novarina, F., Fadlyla, R., & Kusumatuti, E. *Pengaruh Dakwah Digital terhadap Etika Komunikasi Netizen dalam Dunia Maya: Media TikTok*. Jurnal Pendas: Pendidikan Dasar, Universitas Pasundan.2023.

<sup>9</sup> Kusumawati, J., & Sitika, A. J. *Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Islam bagi Generasi “Z”*. Jurnal Al-Ulum, Universitas Islam Madura, 2022.

resiko terhadap pembentukan moral apabila tidak diimbangi dengan pemahaman agama yang kuat. Dalam konteks Desa Karduluk, yang masyarakatnya masih memegang nilai-nilai Islam tradisional dan kiai memiliki posisi sentral dalam kehidupan sosial, masuknya konten dakwah melalui media digital dapat memunculkan bentuk-bentuk interaksi baru antara otoritas agama lokal dan otoritas digital (influencer dakwah).

Desa Karduluk yang terletak di Kabupaten Sumenep, Madura, dikenal sebagai wilayah dengan tradisi Islam yang kuat. Kehidupan masyarakatnya tidak dapat dilepaskan dari pengaruh pesantren dan para kiai. Namun, seiring kemajuan teknologi dan meningkatnya akses internet di pedesaan, banyak remaja di desa ini yang aktif di media sosial, terutama TikTok. Mereka mengikuti berbagai akun dakwah, baik yang bersifat edukatif maupun hiburan, seperti akun yang menampilkan ceramah singkat, konten motivasi Islami, hingga humor bernuansa dakwah.

Berdasarkan observasi awal di Desa Karduluk, khususnya pada kalangan Generasi Z, terlihat bahwa penggunaan bahasa gaul dan kasar dalam komunikasi sehari-hari sudah menjadi kebiasaan yang dianggap lumrah. Mereka seringkali meniru tren-tren yang sedang viral di TikTok, baik dalam bentuk gaya berpakaian, gaya berbicara, hingga perilaku meniru konten game online yang menampilkan kekerasan. Kebiasaan ini pada akhirnya berdampak pada menurunnya sopan santun dalam pergaulan, misalnya ketika bercanda sering menggunakan ejekan dengan menyebut nama orang tua atau kata-kata kasar yang merendahkan teman sebaya. Selain aspek moral, media sosial

TikTok juga memberi pengaruh terhadap aspek sosial dan aktivitas kepemudaan. Sebagian remaja lebih sering menghabiskan waktu dengan bermain TikTok dibandingkan mengikuti kegiatan positif atau aktivitas sosial di Desa. Hal ini juga diperkuat dari wawancara awal dengan tokoh pemuda di Karduluk, yang menyatakan bahwa sebagian besar remaja lebih aktif meniru tren viral TikTok dibandingkan mengembangkan kegiatan sosial atau kegiatan positif lainnya.

Adanya fenomena di atas diharapkan dapat diminimalisir dengan adanya konten dakwah di TikTok, sehingga nantinya mampu membendung dan memperbaiki moral pemuda di Desa Karduluk. Cara semacam ini mendapatkan respon positif dari berbagai kalangan utamanya tokoh masyarakat dan Generasi Z karena bagi mereka ini merupakan salah satu *washilah* dalam berdakwah yang sesuai dengan tuntutan zaman.

Perubahan zaman dan kemajuan teknologi tidak dapat dihindari. TikTok, dengan segala dinamikanya, telah menjadi ruang baru bagi generasi Z untuk belajar, berinteraksi, dan membentuk identitas moral. Namun, di balik peluang itu, terdapat tantangan besar bagaimana memastikan bahwa pesan dakwah yang dikonsumsi benar-benar membentuk karakter Islami, bukan sekadar hiburan kosong.

Desa Karduluk, dengan keunikannya sebagai desa religius di Sumenep, menjadi tempat yang ideal untuk memahami fenomena ini. Melalui penelitian ini, diharapkan muncul pemahaman baru tentang bagaimana intensitas menonton konten dakwah digital dapat dimanfaatkan untuk



memperkuat prilaku moral generasi muda. Dengan demikian, dakwah digital tidak sekadar menjadi tren, tetapi juga sarana efektif untuk membangun generasi berakhlak di era modern. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh konten dakwah TikTok terhadap prilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk sebagai upaya memahami dinamika moral remaja di era digitalisasi serta mencari strategi yang tepat untuk pembinaan generasi muda di tingkat Desa.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap prilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk?
2. Seberapa besar pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap prilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengidentifikasi adanya pengaruh yang signifikan dari intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap prilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk.
2. Untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap prilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Secara Teoritis**

Harapan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk. dan seberapa besar pengaruh yang didapatkan.

### **2. Secara Praktis**

Bagi Peneliti: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu dan bahan referensi bagi para akademisi di kemudian hari yang akan melakukan penelitian tambahan pada topik permasalahan terkait.

Bagi UIN KHAS Jember: Diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi sumber bacaan, masukan, dalam rangka mengembangkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari khususnya di Fakultas Dakwah.

Bagi informan: Penelitian ini dapat menjadi manfaat untuk menambah wawasan mengenai pengaruh konten dakwah TikTok terhadap moralitas, sehingga Generasi Z diharapkan bisa memanfaatkan media sosial dengan baik dan benar, khususnya media sosial TikTok agar digunakan untuk hal-hal yang positif.

## **E. Definisi Operasional**

### **1. Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok**

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok adalah tingkat paparan dan konsumsi

pesan-pesan keagamaan Islam yang dilakukan oleh Generasi Z di TikTok, diukur berdasarkan frekuensi (seberapa sering menonton), durasi (berapa lama waktu yang dihabiskan), dan keterlibatan (tindakan interaktif) responden terhadap konten tersebut. Intensitas yang tinggi ini merupakan indikator utama sejauh mana Generasi Z terbiasa menerima dan menyerap materi dakwah dari platform digital, yang berpotensi memengaruhi perubahan perilaku moral mereka.

Dalam penelitian ini, intensitas menonton konten dakwah TikTok dapat diukur melalui indikator:

- a. Frekuensi dan durasi akses TikTok, seberapa sering dan seberapa lama responden (Generasi Z) menggunakan aplikasi TikTok.
- b. Paparan dan interaksi dengan konten dakwah, seberapa sering responden (Generasi Z) melakukan interaksi dengan konten dakwah TikTok seperti menyukai (like), mengomentari, membagikan (share), atau menyimpan (save) video-video dakwah.
- c. Diskusi dan pertukaran pendapat mengenai konten dakwah, seberapa sering mereka membicarakan atau mendiskusikan pesan-pesan dari konten dakwah yang mereka tonton. Ini bisa terjadi secara langsung dengan teman atau keluarga, maupun melalui pesan di media sosial.
- d. Keyakinan dan kepatuhan terhadap pesan dakwah, seberapa jauh mereka mempercayai pesan-pesan moral dari video tersebut (keyakinan) dan seberapa sering mereka benar-benar menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari (kepatuhan).

## 2. Prilaku Moral Generasi Z di Desa Karduluk

Perilaku Moral Generasi Z didefinisikan sebagai manifestasi tingkah laku nyata yang ditunjukkan oleh individu dari generasi ini dalam kehidupan sehari-hari, yang dinilai berdasarkan standar etika, nilai-nilai sosial yang berlaku di Desa Karduluk, dan ajaran agama. Istilah ini mencakup penilaian terhadap tindakan benar atau salah, baik atau buruk, yang melingkupi perilaku sosial (seperti kesopanan dan empati) serta upaya mereka untuk mematuhi norma dan menjauhi perbuatan negatif, baik di dunia maya maupun di dunia nyata

Dalam penelitian ini perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk dapat diukur melalui beberapa indikator berikut:

- a. Toleransi Interpersonal, indikator ini mengukur kualitas interaksi sosial Gen Z. Seberapa baik mereka bersikap, seperti menggunakan bahasa yang sopan, menghormati orang yang lebih tua, dan menghargai pendapat orang lain meskipun berbeda.
- b. Kepatuhan norma dan partisipasi sosial, indikator ini mengukur tingkat ketaatan Gen Z terhadap aturan dan norma yang berlaku di desa. Seberapa aktif mereka ikut serta dalam kegiatan sosial dan keagamaan di lingkungannya.
- c. Kematangan emosional (Empati dan Tanggung Jawab), indikator ini mengukur kedewasaan emosional Generasi Z, yaitu kemampuan mereka untuk memahami perasaan orang lain (empati) dan menanggung konsekuensi dari setiap tindakan yang mereka lakukan.

- d. Kepedulian terhadap isu-isu moral, indikator ini mengukur bagaimana Generasi Z menyikapi berbagai permasalahan moral yang terjadi dilingkungan sekitar mereka. Ini mencakup kemampuan mengidentifikasi perilaku yang tidak etis atau merugikan, menunjukkan empati terhadap korban, memiliki keberanian untuk menyampaikan kebenaran atau membela yang lemah, serta menghindari terlibat dalam perilaku negatif seperti penyebaran hoax atau ujaran kebencian.
- e. Konsistensi antara perkataan dan perbuatan, indikator ini mengukur sejauh mana seseorang menjalankan apa yang mereka ucapkan dalam kehidupan sehari-hari

## **F. Variabel Penelitian**

### **1. Variabel Independen**

Variabel independen (atau variabel bebas, dilambangkan dengan X) adalah faktor yang menjadi penentu atau penyebab adanya perubahan pada variabel lain, yaitu variabel dependen (terikat).<sup>10</sup> Biasanya dilambangkan dengan huruf X. Dalam konteks studi ini, variabel independen yang dikaji adalah intensitas menonton konten dakwah TikTok.

---

<sup>10</sup> Toto Suwarsa, Aicha Rahmadani Hasibuan “ *Pengaruh pajak restoran dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah kota padangsidempuan*” Vol 24 No 2 November 2021 h.75

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen (atau variabel terikat, dilambangkan dengan Y) adalah faktor yang menerima dampak atau merupakan hasil dari adanya perubahan pada variabel independen (bebas). Dalam studi ini, variabel dependen yang akan diteliti adalah perilaku moral Generasi Z yang berlokasi di Desa Karduluk.

### G. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan awal yang kita buat tentang suatu hal. Dugaan ini biasanya berupa pernyataan yang belum tentu benar. Untuk membuktikan kebenarannya, perlu melakukan penelitian dan mengumpulkan data. Data yang di kumpulkan akan diuji secara statistik untuk melihat apakah mendukung hipotesis atau tidak. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha: Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk, Kabupaten Sumenep.

Ho: Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk, Kabupaten Sumenep.

### H. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari 5 bab dengan struktur pembahasan yang sistematis sebagai berikut:



## BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan ini mencakup latar belakang topik, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, hipotesis penelitian, dan struktur pembahasan.

## BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas penelitian terdahulu dan kajian teoritis terkait intensita menonton konten dakwah TikTok dan prilaku moral Generasi Z. Hal-hal tersebut dijelaskan pada bagian tinjauan pustaka pada bab ini..

## BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi penelitian, termasuk detail tentang populasi dan sampel, metode dan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data, serta proses analisis data. Semua ini akan dibahas dan dijelaskan dalam bab ini.

## BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini memaparkan data dan analisis yang membahas mengenai deskripsi objek penelitian, penyajian data, analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil mengenai pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap prilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk Kabupaten Sumenep, serta seberapa besar pengaruhnya.

## BAB V : PENUTUP

Pembahasan hasil penelitian akan diakhiri pada bab ini, dan simpulan berdasarkan temuan tersebut juga akan dipaparkan, disertai saran untuk penelitian selanjutnya yang akan dilakukan di masa mendatang.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Sebagain tahap pertama yang akan dilakukan oleh peneliti adalah melakukan kajian pustaka untuk mengumpulkan literatur yang relevan. Ini dilakukan agar diperoleh perspektif yang jelas tentang riset-riset yang telah dilakukan sebelumnya, baik yang memiliki kesamaan maupun perbedaan substansial dengan penelitian saat ini. Hal ini penting untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari penelitian-penelitian terdahulu, serta untuk menemukan dan mengisi celah penelitian yang belum tergarap. Di samping itu, literatur yang dikaji juga berperan sebagai dasar untuk menegaskan bahwa topik penelitian ini masih minim eksplorasi atau belum diteliti secara mendalam. Beberapa penelitian yang telah ada dan relevan dengan topik ini adalah:

1. Penelitian yang disusun oleh Agis Dwi Prakoso pada tahun 2020 dari Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dengan judul “Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap Remaja Islami di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukaramae”.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis sejauh mana penggunaan aplikasi TikTok di kalangan remaja yang tinggal di Kelurahan Waydadi Baru, serta menelaah pengaruhnya terhadap pelaksanaan nilai-nilai keagamaan mereka. Pendekatan yang diterapkan dalam studi ini

adalah pendekatan kualitatif, yang memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial yang terjadi dilapangan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agis Dwi Prakoso, ditemukan bahwa dampak media sosial termasuk TikTok terhadap perilaku seseorang sangat bergantung pada cara individu tersebut memanfaatkannya. Tingkat keimanan atau religiusitas tidak secara langsung dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi tersebut. Namun, penggunaan TikTok yang berlebihan dapat berdampak negatif, terutama pada kemampuan seseorang untuk mengelola dan memanfaatkan waktu secara produktif.<sup>11</sup>

Persamaan penelitian ini dengan skripsi penulis terletak pada fokus pembahasannya, yakni sama-sama mengkaji dampak atau pengaruh yang ditimbulkan oleh penggunaan aplikasi TikTok.

Perbedaan antara penelitian ini dan skripsi penulis terletak pada fokus penelitian dan metode penelitian yang digunakan. Penelitian Agis Dwi Prakoso berfokus pada remaja yang tinggal di Desa Waydadi Baru, Kecamatan Sukarame, sebagai subjek penelitian. Di sisi lain, penulis berfokus pada Generasi Z di Desa Karduluk sebagai objek penelitian utama. Selain itu, terdapat perbedaan dalam metode yang digunakan, di mana Agis Dwi Prakoso menggunakan pendekatan kualitatif, sementara penulis menggunakan metode kuantitatif.

---

<sup>11</sup>Agis Dwi Prakoso, "Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islami di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame", (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020).

2. Penelitian yang disusun oleh Bagus Prianbodo pada tahun 2018 dari Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa–AWS) dengan judul “Pengaruh TikTok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis sejauh mana aplikasi TikTok berpengaruh terhadap tingkat kreativitas remaja di Kota Surabaya. Dalam proses pelaksanaannya, peneliti menerapkan pendekatan kuantitatif, dengan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden untuk memperoleh informasi yang relevan dan terukur mengenai fenomena tersebut.

Berdasarkan hasil analisis korelasi dan regresi linier sederhana, diperoleh temuan bahwa variabel penggunaan aplikasi TikTok oleh remaja memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel tingkat kreativitas. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,645 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kedua variabel tersebut, karena angka tersebut berada dalam rentang 0,60 hingga 0,799, yang termasuk kategori korelasi tinggi. Dari hasil analisis data tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok memberikan pengaruh sebesar 41,6% terhadap peningkatan kreativitas remaja di Kota Surabaya, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.<sup>12</sup>

Kesamaan antara penelitian ini dan karya ilmiah yang penulis susun terletak pada objek kajian serta pendekatan metodologinya. Keduanya

---

<sup>12</sup> Bagus Prianbodo, “*Pengaruh TikTok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya*” (Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya, 2018)

sama-sama meneliti pengaruh yang ditimbulkan oleh penggunaan aplikasi TikTok, serta menggunakan metode penelitian kuantitatif sebagai dasar dalam pengumpulan dan analisis data.

Perbedaan utama antara penelitian ini dan karya akademis yang ditulis oleh penulis lain terletak pada fokus penelitiannya. Penelitian Bagus Prianbodo berfokus pada pengaruh penggunaan TikTok terhadap tingkat kreativitas remaja di Surabaya, sementara penelitian yang dilakukan oleh penulis berfokus pada pengaruh intensitas menonton konten dakwah Tik Tok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk.

3. Penelitian yang disusun oleh Nadila Febrianingrum pada tahun 2021 berasal dari Universitas Sumatera Utara, tepatnya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi. Studi tersebut berjudul “Pengaruh Konten TikTok Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Medan Mengikuti Program Vaksinasi Covid-19”.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respons masyarakat di Kota Medan terhadap konten vaksinasi yang dibagikan di TikTok, dan untuk memahami seberapa besar pengaruh konten ini dalam meningkatkan kesadaran dan mendorong partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional, berdasarkan *Teori Uses and Effects*, untuk mengeksplorasi hubungan antara penggunaan media dan dampaknya terhadap perilaku audiens.

Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa warga Medan sangat merespons positif informasi tentang vaksin COVID-19 yang mereka temukan di TikTok. Video-video di platform ini telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya vaksinasi. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga bisa menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan informasi kesehatan yang penting.<sup>13</sup>

Kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Nadila Febrianingrum dan penelitian penulis terletak pada fokus kajian yang membahas pengaruh penggunaan aplikasi TikTok, di mana keduanya juga menggunakan landasan teori *Uses and Effects*.

Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian skripsi penulis adalah sebagai berikut: Penelitian yang dilakukan oleh Nadila Febrianingrum berfokus pada tingkat kesadaran masyarakat Kota Medan dalam mengikuti program vaksinasi Covid-19 sedangkan peneliti berfokus pada Prilaku Moral Generasi Z di Desa Karduluk.

4. Penelitian yang disusun oleh Riska Marini pada tahun 2019 berasal dari Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung. Karya ilmiah tersebut berjudul “Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah”.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap prestasi belajar siswa di SMP

---

<sup>13</sup> Nadila Febrianingrum, “Pengaruh Konten TikTok Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Medan Mengikuti Program Vaksinasi Covid-19”, (Skripsi: Universitas Sumatera Utara, 2021).

Negeri 1 Gunung Sugih, Kabupaten Lampung Tengah. Dalam pelaksanaannya, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional, serta mengumpulkan data melalui instrumen angket.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Riska Marini menemukan hubungan positif yang signifikan antara tingkat penggunaan aplikasi TikTok dan peningkatan prestasi akademik siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok berpotensi digunakan sebagai alat pendukung dalam proses pembelajaran, karena dapat membantu siswa memperoleh informasi dan motivasi belajar melalui konten pendidikan.<sup>14</sup>

Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada topik utama yang dikaji, yaitu keduanya sama-sama membahas dampak penggunaan aplikasi TikTok. Selain itu, kedua penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif.

Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian yang penulis susun terletak pada fokus penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada analisis dampak TikTok terhadap prestasi akademik siswa, sementara penelitian penulis berfokus pada pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk.

5. Penelitian yang disusun oleh Lutfiana Allisa mengangkat topik berjudul “Pengaruh Dakwah di Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak”.

---

<sup>14</sup> Riska Marini, “Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).



Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menelaah sejauh mana pengaruh kegiatan dakwah yang disampaikan melalui platform media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas remaja yang berada di wilayah Demak. Dalam proses pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.<sup>15</sup>

Temuan dari penelitian ini memperlihatkan bahwa konten dakwah yang disebarakan melalui platform media sosial memiliki dampak yang cukup berarti terhadap peningkatan religiusitas kalangan remaja. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,02, yang secara statistik berada jauh di bawah ambang batas 0,05. Selain itu, koefisien korelasi sebesar 0,386 menunjukkan adanya hubungan positif antara intensitas menonton tayangan dakwah di media sosial dengan tingkat keagamaan remaja. Dengan kata lain, semakin sering para remaja mengakses dan menyimak konten dakwah di media sosial, maka semakin tinggi pula tingkat religiusitas yang mereka miliki.

Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada fokus kajiannya, yaitu sama-sama meneliti pengaruh konten dakwah di platform TikTok. Selain itu, pendekatan kuantitatif digunakan pada kedua penelitian ini.

Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada fokus penelitiannya. Penelitian Lutfiana Allisa berfokus pada analisis dampak dakwah Islam di media sosial, khususnya

---

<sup>15</sup> Lutfiana Allisa, *Pengaruh Dakwah di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak*, Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 7. No. 1, January 2023

TikTok, terhadap tingkat religiusitas remaja di Demak. Sebaliknya, penelitian ini lebih berfokus pada pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Hafidz Yuliansyah 2023 dengan judul “Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah Di Tik Tok Terhadap Aktivitas Dakwah Ibadah Mahdhah Siswa kelas XI SMK Muhammadiyah 1 Semarang”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh intensitas menonton konten dakwah di TikTok terhadap aktivitas ibadah mahdhah siswa kelas XI SMK Muhammadiyah 1 Semarang. Penelitian ini dilaksanakan dengan menerapkan metode penelitian lapangan (*field research*) yang dikombinasikan dengan pendekatan kuantitatif

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa terdapat hubungan positif antara intensitas menonton konten dakwah di platform TikTok dengan aktivitas ibadah mahdhah. Hal tersebut diperkuat oleh hasil perhitungan yang menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,238.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif, serta teori yang digunakan sebagai dasar analisis yaitu *Uses and Effect*.

Perbedaan pokok antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada fokus kajiannya. Penelitian yang

---

<sup>16</sup> Hafidz Yuliansyah “Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah Di Tik Tok Terhadap Aktivitas Dakwah Ibadah Mahdhah Siswa kelas XI SMK Muhammadiyah 1 Semarang” (Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023)

dilakukan oleh Hafidz Yuliansyah berorientasi pada analisis pengaruh intensitas menonton konten dakwah di TikTok terhadap aktivitas ibadah mahdhah siswa, sedangkan penelitian penulis berfokus pada pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Tiyas Indarti (2024) yang berjudul “Peran Aplikasi TikTok Berkonten Islami Dalam Meningkatkan Perilaku Keagamaan Remaja di Desa Panjeng Jenengan Ponorogo”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses penayangan dan dampak menonton TikTok berkonten islami terhadap peningkatan perilaku keagamaan remaja di Desa Panjeng Jenengan Ponorogo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yang dilaksanakan melalui serangkaian teknik pengumpulan data seperti observasi langsung, wawancara mendalam, serta dokumentasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh temuan awal yang menunjukkan bahwa penayangan konten islami di aplikasi TikTok dapat meningkatkan perilaku keagamaan remaja di Desa Panjeng dengan melalui tahapan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Kedua, aplikasi TikTok berkonten islami memberikan dampak pada perilaku keagamaannya yaitu meningkatkan pada aspek iman, aspek akhlak atau moral, aspek amal saleh, dan aspek ibadah.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Tiyas Indarti “Peran Aplikasi TikTok Berkonten Islami Dalam Meningkatkan Perilaku Keagamaan Remaja di Desa Panjeng Jenengan Ponorogo” (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2024)

Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada objek kajian yang digunakan, yakni platform media sosial TikTok.

Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian penulis terletak pada metode dan teori yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif serta berlandaskan pada teori Konstruksi Sosial, sedangkan penelitian penulis menggunakan metode kuantitatif dengan dasar teori *Uses and Effect* dan *Social Cognitive Theory*.

8. Penelitian yang disusun oleh Nugroho Eka Prasetyo (2024) yang berjudul “Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Siswa Kelas Ix Di Mts Mathla’ul Anwar Jatiuwung Kota Tangerang”

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak penggunaan aplikasi TikTok dan peran guru dalam mengatasi dampaknya terhadap perilaku keislaman siswa kelas sembilan di MTs Mathla’ul Anwar Jatiuwung, Kota Tangerang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dan data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok memiliki dampak positif dan negatif terhadap perilaku Islami siswa kelas IX di MTs Mathla’ul Anwar Jatiuwung Kota Tangerang. Dampak positifnya, siswa menjadi lebih terdorong untuk mengamalkan isi dakwah dalam kehidupan sehari-hari, menjaga diri dari perbuatan maksiat, serta belajar membaca Al-Qur’an dan sholat melalui konten Islami. Namun,

dampak negatifnya meliputi keinginan mengikuti tren TikTok, kurangnya disiplin waktu, menurunnya semangat belajar, dan pengabaian terhadap ibadah akibat penggunaan aplikasi secara berlebihan.<sup>18</sup>

Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian penulis terletak pada objek kajian yang sama, yakni media sosial TikTok sebagai fokus utama penelitian.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah menggunakan pendekatan penelitian yang berbeda, pada penelitian yang dilakukan oleh Nugroho Eka Prasetyo menggunakan pendekatan kualitatif penelitian Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dalam proses analisisnya.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Alifa Zulfa Dahlan, 2023, dengan judul “Pengaruh Konten Dakwah TikTok Husain Basyaiban Tentang Larangan Lesbian Gay Biseksual dan Transgender Terhadap Pergaulan Islami Pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban melalui TikTok tentang larangan LGBT terhadap pergaulan islami pada siswa. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei, di mana data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden sebagai instrumen utama pengumpulan informasi.

---

<sup>18</sup> Nugroho Eka Prasetyo “*Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Siswa Kelas Ix Di Mts Mathla’ul Anwar Jatiuwung Kota Tangerang*” (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024)

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menunjukkan temuan yang signifikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ , yang menandakan adanya pengaruh antara konten dakwah TikTok Husain Basyaiban tentang larangan LGBT dan pergaulan Islami pada siswa. Nilai korelasi Product Moment sebesar 0,342 menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel berada pada tingkat rendah. Sementara itu, berdasarkan uji Koefisien Determinasi, diperoleh nilai 0,117 atau 11,7%, yang berarti pengaruh media tersebut terhadap perilaku siswa hanya sebesar persentase tersebut.<sup>19</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis sebelumnya adalah pada penggunaan teori yang sama yaitu teori *Uses and Effect* dan pendekatan penelitian yang sama yaitu pendekatan kuantitatif dalam proses analisisnya.

Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada fokus kajiannya. Penelitian ini fokus pada pengaruh konten dakwah TikTok Husain Basyaiban mengenai larangan lesbian, gay, biseksual, dan transgender terhadap pola pergaulan, sedangkan penelitian penulis berfokus pada pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z.

---

<sup>19</sup> Alifa Zulfa Dahlan, “Pengaruh Konten Dakwah TikTok Husain Basyaiban Tentang Larangan Lesbian Gay Biseksual dan Transgender Terhadap Pergaulan Islami Pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri” (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2023)

10. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Desviana pada tahun 2021, berjudul “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok Dakwah @Basyman00 Terhadap sikap Keberagaman”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara teoritis pengaruh serta besarnya hubungan antara dua variabel, intensitas akses konten dan sikap keagamaan. Hal ini dilakukan melalui survei yang dilakukan terhadap pengikut akun TikTok @basyasman00. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kedua variabel, dengan tingkat kekuatan hubungan yang tergolong kuat, yaitu sebesar 0,793. Selain itu, variabel intensitas mengakses konten memberikan kontribusi sebesar 62,0% terhadap sikap keberagaman responden, yang menunjukkan besarnya pengaruh penggunaan media terhadap perilaku keagamaan.<sup>20</sup>

Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada pendekatan penelitian yang digunakan, yakni pendekatan kuantitatif.

Sementara itu, terdapat beberapa perbedaan utama antara kedua studi tersebut. Pertama, penelitian Desviana berfokus pada pengaruh intensitas akses ke akun TikTok @Basyasman00, sementara penelitian penulis mengkaji bagaimana konten keagamaan di TikTok memengaruhi moralitas Generasi Z. Kedua, kedua studi menggunakan kerangka teori

---

<sup>20</sup> Desviana “*Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok Dakwah @Basyman00 Terhadap sikap Keberagaman*” (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2021)



yang berbeda; studi Desviana didasarkan pada teori sikap, sementara penelitian penulis menggunakan teori *Uses and Effect* dan *Social Cognitive Theory*.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Agis Dwi Prakoso (2020)	Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap Remaja Islami di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agis Dwi Prakoso, ditemukan bahwa dampak media sosial termasuk TikTok terhadap perilaku seseorang sangat bergantung pada cara individu tersebut memanfaatkannya. Tingkat keimanan atau religiusitas tidak secara langsung dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi tersebut. Namun demikian, penggunaan TikTok secara berlebihan dapat	Persamaan penelitian ini dengan skripsi yang ditulis oleh penulis terletak pada fokus pembahasan nya yang sama, yakni sama-sama meneliti dampak atau pengaruh yang ditimbulkan oleh penggunaan aplikasi Tik Tok.	Perbedaan utama antara penelitian ini dan skripsi penulis terletak pada fokus kajian dan metode. Penelitian Agis Dwi Prakoso meneliti remaja di Kelurahan Waydadi Baru dengan pendekatan kualitatif, sedangkan penulis memfokuskan pada Generasi Z di Desa Karduluk menggunakan metode kuantitatif



No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
			memberikan efek negatif, khususnya terhadap kemampuan individu dalam mengatur dan memanfaatkan waktu secara produktif.		
2	Bagus Prianbodo (2018)	Pengaruh “TIKTOK” Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya	<p>Hasil analisis korelasi dan regresi linier sederhana, diperoleh temuan bahwa variabel penggunaan aplikasi TikTok oleh remaja memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel tingkat kreativitas.</p> <p>Nilai koefisien korelasi sebesar 0,645 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kedua variabel tersebut, karena angka tersebut berada dalam rentang 0,60 hingga 0,799, yang termasuk kategori korelasi tinggi. Dari hasil analisis data</p>	Membahas tentang pengaruh TikTok dan menggunakan metode penelitian kuantitatif	<p>Penelitian ini berfokus pada Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya sedangkan penelitian penulis berfokus pada pengaruh intensitas menonton konten dakwah Tik Tok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori new media sedangkan penulis menggunakan teori <i>Uses and Effect</i></p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
			tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok memberikan pengaruh sebesar 41,6% terhadap peningkatan kreativitas remaja di Kota Surabaya, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini		dan <i>Social Cognitive Theory</i>
3	Nadila Febrianingrum (2021)	Pengaruh Konten TikTok Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Medan Mengikuti Program Vaksinasi Covid-19	Hasil penelitian menunjukkan bahwa warga Medan sangat merespons positif informasi tentang vaksin COVID-19 yang mereka temukan di TikTok. Video-video di platform ini telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya vaksinasi. Temuan tersebut menegaskan bahwa TikTok	Membahas tentang pengaruh <i>TikTok</i> dengan menggunakan metode kuantitatif dan teori <i>uses and effect</i>	Penelitian yang dilakukan oleh Nadila Febrianingrum berfokus pada tingkat kesadaran masyarakat Kota Medan terhadap keikutsertaan mereka dalam program vaksinasi Covid-19, sedangkan peneliti berfokus pada priaku moral Generasi Z di Desa Karduluk.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
			tidak sekadar berfungsi sebagai media hiburan, melainkan juga dapat digunakan secara efektif sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kesehatan yang penting kepada masyarakat.		
4	Riska Marini (2019)	Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah	Hasil penelitian Riska Marini menunjukkan secara signifikan bahwa terdapat korelasi positif antara tingkat penggunaan TikTok dan prestasi belajar siswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa platform tersebut memiliki potensi sebagai media pendukung belajar yang efektif bagi peserta didik.	Membahas tentang pengaruh Tik Tok dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Penelitian ini fokus pada analisis mengenai pengaruh media sosial TikTok terhadap tingkat prestasi belajar peserta didik, sedangkan penelitian penulis berfokus pada pengaruh intensitas menonton konten dakwah Tik Tok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
5	Lutfiana Allisa (2023)	Pengaruh Dakwah di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah melalui media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan religiusitas remaja. Nilai signifikansi sebesar 0,02, yang berada jauh di bawah ambang batas 0,05, serta koefisien korelasi 0,386, menjadi indikator bahwa semakin sering remaja mengakses konten dakwah di media sosial, semakin tinggi tingkat keagamaan mereka.	Membahas tentang pengaruh konten dakwah TikTok dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Penelitian ini fokus pada analisis pengaruh dakwah melalui media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas remaja di Demak, sementara penelitian penulis berfokus pada dampak intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z. Dalam penelitian ini, kerangka teorinya menggunakan teori SOR (Stimulus-Organism-Response), sedangkan penelitian penulis mengacu pada teori <i>Uses and Effect</i> dan <i>Social Cognitive</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
6.	Hafidz Yuliansyah 2023	Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah Di TikTok Terhadap Aktivitas Dakwah Ibadah Mahdhah Siswa kelas XI SMK Muhammadiyah 1 Semarang	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa intensitas menonton konten dakwah di TikTok memiliki pengaruh positif terhadap aktivitas ibadah mahdhah, yang ditunjukkan melalui nilai korelasi sebesar 0,238	Menggunakan pendekatan sama yaitu kuantitatif dan teori yang sama yaitu <i>Uses and Affect</i>	<i>Theory</i> Penelitian ini berfokus pada Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah Di TikTok Terhadap Aktivitas Dakwah Ibadah Mahdhah Siswa, Sedangkan penelitian penulis berfokus pada pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk.
7.	Tiyas Indarti 2024	Peran Aplikasi Tiktok Berkonten Islami Dalam Meningkatkan Perilaku Keagamaan Remaja di Desa Panjeng Jenangan Ponorogo	Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa pertama, penayangan konten islami di aplikasi TikTok dapat meningkatkan perilaku keagamaan remaja di Desa	Meneliti media sosial yang sama yaitu TikTok	Dalam penelitian ini, metode yang digunakan bersifat kualitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
			Panjang dengan melalui tahapan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Kedua, aplikasi TikTok berkonten islami memberikan dampak pada perilaku keagamaannya yaitu meningkatkan pada aspek iman, aspek akhlak atau moral, aspek amal saleh, dan aspek ibadah.		menggunakan pendekatan kuantitatif  Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kontruksi Sosial, sedangkan penulis menggunakan teori <i>Uses and Effect</i> dan <i>Social Cognitive Theory</i>
8.	Nugroho Eka Prasetyo, 2024	Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Siswa Kelas Ix Di Mts Mathla'ul Anwar Jatiuwung Kota Tangerang	Hasil dalam penelitian ini ditemukan bahwa penggunaan Tiktok berdampak positif dan negatif terhadap perilaku Islami siswa kelas IX di MTs Mathla'ul Anwar Jatiuwung Kota Tangerang. Dampak positifnya meliputi siswa lebih mengamalkan dakwah dalam kehidupan	Meneliti media sosial yang sama yaitu Tiktok	Menggunakan pendekatan penelitian yang berbeda, pada penelitian yang dilakukan oleh Agis menggunakan pendekatan kualitatif penelitian sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
			sehari-hari, disiplin menjauhi maksiat, serta belajar bacaan Al-Qur'an dan Sholawat. Sementara dampak negatifnya, siswa cenderung mengikuti tren TikTok, lupa waktu, malas belajar, dan menunda ibadah.		
9.	Alifa Zulfa Dahlan, 2023	Pengaruh Konten Dakwah TikTok Husain Basyaiban Tentang Larangan Lesbian Gay Biseksual Dan Transgender Terhadap Pergaulan Islami Pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri	Penelitian ini menunjukkan temuan yang signifikan dengan nilai signifikansi 0,002, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh antara konten dakwah TikTok karya Husain Basyaiban tentang larangan LGBT dengan interaksi Islami di kalangan siswa. Nilai korelasi <i>Product Moment</i> sebesar 0,342 menunjukkan	Penelitian ini menggunakan teori yang sama yaitu <i>Uses and Effects</i> dan menggunakan pendekatan kuantitatif	Penelitian ini fokus pada pengaruh konten dakwah TikTok Husain Basyaiban mengenai larangan lesbian, gay, biseksual, dan transgender terhadap pola pergaulan, sedangkan penelitian penulis berfokus pada pengaruh intensitas menonton konten

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
			tingkat hubungan yang rendah antara kedua variabel. Berdasarkan uji Koefisien Determinasi, hasilnya adalah 0,117 atau 11,7%, yang berarti pengaruh media ini terhadap perilaku siswa hanya sekitar persentase tersebut.		dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk.
10.	Desviana, 2021	Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok Dakwah @Basyman00 Terhadap sikap Keberagaman	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kedua variabel, dengan tingkat kekuatan hubungan yang tergolong kuat, yaitu sebesar 0,793. Selain itu, variabel intensitas mengakses konten memberikan kontribusi sebesar 62,0% terhadap sikap keberagaman responden, yang menunjukkan besarnya	Menggunakan pendekatan penelitian yang sama yaitu kuantitatif	Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Desviana fokus pada pengaruh intensitas mengakses akun TikTok @Basyman00, sedangkan penelitian penulis berfokus pada pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z



No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
			pengaruh penggunaan media terhadap perilaku keagamaan		di Desa Karduluk.  Kedua, penelitian menggunakan kerangka teori yang berbeda; penelitian Desviana mengacu pada teori sikap, sedangkan penelitian penulis memakai teori <i>Uses and Effect</i> dan <i>Sosial Cognitive Theory</i> sebagai dasar analisis.

Penelitian ini melanjutkan studi-studi sebelumnya, namun dengan perbedaan yang cukup signifikan. Fokus utamanya adalah meneliti bagaimana intensitas menonton konten dakwah Tik Tok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk. Penelitian-penelitian sebelumnya dengan topik serupa memiliki perbedaan dalam subjek, objek, metode, dan teori yang digunakan. Dengan kata lain, penelitian ini memberikan sudut pandang baru dengan fokus spesifik pada dampak intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral generasi muda di pedesaan.

## B. Kajian Teori

### 1. Teori Kognitif Sosial (*Social Cognitive Theory*)

Teori Kognitif Sosial (*Social Cognitive Theory*) merupakan perkembangan lanjutan dari Teori Belajar Sosial (*Social Learning Theory*) yang diperkenalkan oleh Albert Bandura. Bandura, yang lahir di Kanada pada tahun 1925, menempuh studi doktoralnya di bidang psikologi klinis di University of Iowa. Arah pemikirannya banyak dipengaruhi oleh karya Miller dan Dollard (1941) berjudul *Social Learning and Imitation*. Pergeseran penamaan menjadi Teori Kognitif Sosial mulai digunakan pada dekade 1970–1980-an. Gagasan utama Bandura pada dasarnya memperluas konsep pembelajaran melalui peniruan yang sebelumnya dikemukakan oleh Miller dan Dollard. Melalui berbagai karya ilmiahnya, Bandura menjelaskan bahwa proses belajar sosial tidak hanya ditentukan oleh faktor lingkungan, tetapi juga melibatkan unsur kognitif/personal dan perilaku yang turut membentuk pengalaman belajar seseorang, yang dikenal sebagai Interaksi Timbal Balik (*Reciprocal Determinism*).

Teori ini menekankan bahwa sebagian besar proses belajar manusia berlangsung dalam konteks sosial. Dengan mengamati perilaku orang lain (*Modeling*), individu dapat memperoleh wawasan, aturan, berbagai keterampilan, strategi, keyakinan, hingga pola sikap tertentu. Individu juga belajar melalui model atau contoh yang menunjukkan bagaimana suatu perilaku dilakukan, manfaatnya, serta konsekuensi yang

mungkin muncul. Berdasarkan pengamatan tersebut, seseorang kemudian bertindak sesuai keyakinannya mengenai kemampuan diri (*Self-Efficacy*) serta hasil yang diharapkan dari tindakan tersebut.

Bandura mengembangkan teorinya untuk menjelaskan bagaimana manusia mampu mengendalikan berbagai aspek dalam kehidupannya melalui kemampuan mengatur pikiran serta tindakan sendiri. Proses inti dari mekanisme tersebut mencakup penetapan tujuan, memperkirakan konsekuensi dari tindakan yang akan dilakukan, meninjau perkembangan dalam mencapai tujuan, serta mengelola pikiran, emosi, dan perilaku secara mandiri. Menurut Bandura, salah satu ciri penting dari Teori Kognitif Sosial adalah penekanannya pada fungsi pengaturan diri. Perilaku manusia tidak semata-mata muncul karena mengikuti kecenderungan sosial, melainkan banyak dipengaruhi oleh standar internal dan respons pribadi terhadap tindakan mereka sendiri, yang selanjutnya terkait dengan proses penilaian diri.<sup>21</sup>

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Social Cognitive Theory (SCT), yang dikembangkan oleh Albert Bandura, menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh interaksi dinamis antara faktor personal (seperti keyakinan dan motivasi), lingkungan, dan perilaku itu sendiri. Teori ini menekankan pada konsep pembelajaran melalui observasi (*observational learning*) dan keyakinan diri (*self-*

---

<sup>21</sup> Elga Yanuardianto, “*TEORI KOGNITIF SOSIAL ALBERT BANDURA (Studi Kritis dalam Menjawab Problem Pembelajaran di MI)*”, *Jurnal Auladuna*, Vol. 01. No. 02. Oktober 2019, h 96-97

*efficacy*), yang relevan dalam membentuk tindakan dan keputusan manusia.

## 2. Teori Budaya (*Cultivation Theory*)

Teori kultivasi (*cultivation theory*) pertama kali digagas oleh Profesor George Gerbner ketika ia menjabat sebagai Dekan Annenberg School of Communication di Universitas Pennsylvania, Amerika Serikat. Istilah *cultivation* sendiri mengandung makna penguatan, penanaman, pengembangan, atau proses mempererat sesuatu. Dalam konteks teori ini, yang dimaksud adalah bahwa paparan media terutama televisi mampu membentuk dan mengarahkan cara pandang audiens terhadap realitas sosial. Dasar pemikiran teori kultivasi menyatakan bahwa semakin sering seseorang menghabiskan waktunya menonton televisi (yang berarti semakin lama ia berada dalam dunia simbolik yang dibangun televisi), maka semakin besar kecenderungannya untuk meyakini bahwa dunia nyata sama seperti gambaran yang disajikan televisi.<sup>22</sup>

Televisi beserta berbagai bentuk media lainnya memiliki pengaruh besar dalam membentuk cara individu memahami lingkungan sosial mereka. Dalam kehidupan modern, mayoritas masyarakat lebih sering memperoleh informasi melalui media ketimbang melalui pengalaman langsung. Akibatnya, apa yang disampaikan oleh media tersebut dapat membangun realitas yang diyakini seseorang. Fenomena ini tampak jelas pada isu kekerasan. Mereka yang sering menonton televisi dalam durasi

---

<sup>22</sup> Rachmmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2006), 285.

tinggi cenderung mengembangkan persepsi bahwa dunia dipenuhi oleh tindak kekerasan, sehingga para penonton berat (heavy viewers) meyakini bahwa tingkat kekerasan di masyarakat jauh lebih tinggi dibandingkan keadaan sebenarnya, atau dibandingkan dengan pandangan penonton yang jarang menonton televisi (light viewers).<sup>23</sup>

Dengan demikian, penelitian dalam ranah kultivasi berfokus pada bagaimana paparan media massa menimbulkan dampak sosial bagi audiensnya. Teori ini memandang televisi sebagai sarana utama yang digunakan pemirsa untuk memahami masyarakat serta budaya di sekeliling mereka. Gambaran mengenai kehidupan sosial dan kebudayaan yang terbentuk dalam pikiran penonton sangat dipengaruhi oleh tayangan televisi. Artinya, melalui interaksi yang terus-menerus dengan televisi, seseorang secara perlahan menyerap pengetahuan tentang dunia, karakter manusia di dalamnya, nilai-nilai yang dianut, serta kebiasaan yang berlaku.

Penonton televisi kategori berat (heavy viewers) cenderung meyakini bahwa gambaran yang disajikan televisi merupakan kondisi nyata yang terjadi di kehidupan sehari-hari. Contohnya dalam melihat isu kekerasan di masyarakat, mereka biasanya berpendapat bahwa pemicu utama tindakan kekerasan adalah persoalan sosial, karena tayangan yang mereka konsumsi kerap menampilkan kasus-kasus kekerasan dengan latar sosial ekonomi sebagai alasan pelakunya. Padahal, faktor lain

---

<sup>23</sup> Richard West & Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* buku 2 edisi 3 Terj. Maria Natalia (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 84.

seperti cultural shock pergeseran dari budaya tradisional ke modern bisa saja menjadi penyebab yang lebih dominan. Bahkan, heavy viewers sering menilai bahwa peluang seseorang menjadi korban kejahatan adalah 1 banding 10, sementara fakta sebenarnya menunjukkan perbandingan 1 banding 50. Dengan kata lain, cara menilai, membentuk persepsi, serta menyusun opini para pemirsa televisi diarahkan untuk mengikuti gambaran yang terus-menerus mereka lihat di layar. Bagi para penonton berat, apa pun yang ditampilkan televisi dianggap sebagai cerminan dari realitas yang sesungguhnya.

Secara sederhana, tindakan kekerasan atau tindak kriminal yang tampil di layar televisi sering dipahami sebagai cerminan dari kejadian yang berlangsung di sekitar kita. Ketika sebuah tayangan menunjukkan bahwa hukum tampak tidak mampu menangani situasi tertentu sebagaimana tergambar dalam adegan kekerasan tersebut, penonton dapat saja menyimpulkan bahwa kondisi nyata di masyarakat pun serupa. Dengan demikian, kekerasan yang disajikan televisi dianggap sebagai peristiwa yang benar-benar tengah terjadi dalam kehidupan nyata. Begitu pula, cara hukum digambarkan dalam mengatasi aksi kejahatan di televisi kerap diasosiasikan penonton sebagai gambaran tentang bagaimana sistem hukum bekerja pada masa sekarang.

Ketika seseorang menyaksikan berbagai program berita kriminal di televisi, seperti Buser, Sergap, Redaksi, Reportase, atau Patroli yang tayang di stasiun televisi swasta nasional, ia akan melihat beragam

bentuk tindakan kejahatan yang dilakukan oleh masyarakat. Tayangan-tayangan tersebut menampilkan banyak kasus yang berhasil diungkap. Dalam perspektif teori kultivasi, gambaran yang muncul dalam acara semacam ini dianggap mencerminkan realitas sosial kita, sehingga apa yang ditampilkan televisi melalui berita dipersepsikan sebagai kondisi yang benar-benar terjadi. Penonton kemudian dapat menyimpulkan bahwa tingkat kriminalitas di Indonesia telah begitu marak dan jumlahnya semakin meningkat. Program-program tersebut seolah-olah menyajikan potret dunia kejahatan yang terjadi secara nyata di tengah masyarakat Indonesia. Dengan demikian, efek kultivasi mendorong keyakinan bahwa televisi memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap cara seseorang memandang lingkungan di sekelilingnya, hingga membuat mereka merasa bahwa situasi di dunia nyata sama persis dengan apa yang mereka lihat di layar televisi.<sup>24</sup>

Dengan merujuk pada pemikiran teori kultivasi, individu yang sering terpapar berbagai pesan dari tayangan televisi cenderung membentuk persepsi mengenai realitas sosial yang selaras dengan apa yang ditampilkan media. Pola ini juga berlaku pada tayangan berita kriminal yang disiarkan berbagai stasiun televisi. Dalam konteks penelitian ini, orang tua yang rutin menyaksikan pemberitaan kriminal di televisi biasanya akan menilai bahwa kasus kejahatan terjadi dalam jumlah besar di lingkungan tempat tinggal mereka. Akibatnya, muncul

---

<sup>24</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 167.



rasa khawatir dan ketakutan bahwa kejadian serupa dapat menimpa diri mereka, anak-anak, maupun anggota keluarga lainnya.

### 3. Teori *Uses and Effect*

Teori "*Uses and Effects*" yang diperkenalkan oleh Sven Windahl merupakan sebuah kerangka konseptual yang bertujuan untuk memahami hubungan timbal balik antara pengguna media (audience) dengan media itu sendiri. Teori ini menggabungkan perspektif "*Uses And Gratifications*" yang lebih menekankan pada kebutuhan dan motivasi pengguna, dengan perspektif tradisional mengenai efek media.

Konsep inti dari teori ini adalah "penggunaan" media. Dengan kata lain, teori ini berusaha menjawab pertanyaan: "Mengapa dan bagaimana seseorang menggunakan media?" Jawaban atas pertanyaan ini akan membantu memahami dampak atau efek yang ditimbulkan oleh penggunaan media tersebut.

Dengan demikian, Teori *Uses and Effects* berfungsi untuk menguraikan korelasi timbal balik antara pesan komunikasi massa yang didistribusikan melalui media dengan dampak (*effects*) yang dihasilkan pada diri para penggunanya. Ilustrasi dari teori ini dapat dicermati pada rutinitas individu dalam mengonsumsi konten media sehari-hari, seperti kebiasaan menyaksikan drama Korea. Kebiasaan tersebut secara langsung akan menghasilkan pengaruh tertentu dari apa yang mereka tonton.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), 291.



Menurut konsep *Uses and Effects*, konsumsi media tidak semata-mata didorong oleh faktor kebutuhan. Keputusan individu dalam memilih dan mengonsumsi media massa dibentuk secara signifikan oleh faktor-faktor lain, seperti karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses media juga turut berperan signifikan dalam membentuk keputusan individu untuk mengonsumsi media massa.<sup>26</sup>

a. Karakteristik individu

Karakteristik individu merupakan hasil interaksi antara faktor bawaan dan pengalaman belajar. Unsur-unsur pembentuk karakteristik individu mencakup minat, konsep diri, kebutuhan, serta kemampuan atau kompetensi.<sup>27</sup>

b. Harapan

Pada umumnya, individu cenderung memproses informasi yang selaras dengan ekspektasi mereka (*selective perception*). Ekspektasi tersebut, atau hal-hal yang ingin mereka saksikan, sebagian besar dibentuk oleh pengetahuan yang sudah dimiliki, pengalaman masa lalu, atau didasari oleh kondisi ideal yang diyakini harus terwujud.

c. Persepsi terhadap media

Persepsi adalah proses kompleks yang melibatkan penginderaan, organisasi, dan interpretasi stimulus. Individu menggunakan alat inderanya untuk menerima informasi dari lingkungan, kemudian

<sup>26</sup>Nofri Affandi, Rahmanita Ginting, Arifin Saleh, *Pengaruh Program Kabar Pandemi Corona tvOne Terhadap Peningkatan Literasi Media Masyarakat Kota Medan di Era Digital*, Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 7. No. 1, January 2023, h 71

<sup>27</sup> Etta Mamang Sangadji, *“Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian”*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h.178-179

mengolah informasi ini untuk membentuk pemahaman yang bermakna.<sup>28</sup>

d. Tingkat akses media

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, 'tingkat' merujuk pada posisi atau kedudukan seseorang. 'Akses media' adalah tindakan memanfaatkan media. Dengan demikian, 'tingkat akses media' menunjukkan seberapa aktif pengguna dalam mengonsumsi media.<sup>29</sup>

Hasil dari komunikasi massa serta dampaknya terkait dengan pemakaian media menjadi inti dari teori Uses and Effects. Hubungan antara cara penggunaan media dan hasil yang diperoleh, dengan memperhatikan juga konten yang disajikan, dapat muncul dalam berbagai bentuk yaitu:<sup>30</sup>

- 1) Berdasarkan sebagian besar teori efek yang bersifat konvensional, karakteristik isi media adalah penentu utama hasil yang diperoleh. Dalam konteks ini, aktivitas penggunaan media dipahami hanya sebagai faktor perantara, sedangkan dampak yang timbul dari proses tersebut dianggap sebagai efek. Dengan pemahaman ini, konsep *Uses and Gratifications* (Kegunaan dan Kepuasan) berperan semata-mata sebagai mediator yang dapat memperkuat atau justru melemahkan efek yang dihasilkan dari konten media.

<sup>28</sup> Firdayanti B Hakima, Puteri Eka Yunita, "Persepsi, Pengambilan Keputusan, Konsep diri dan Values, Jurnal Ilmiah Pascasarjana", Vol. 1, No.3, Des 2021, h 156

<sup>29</sup> Leon G. Schiffman, "Consumer Behaviour Ed. 7", Penerjemah Zoelkifli Kasip. (Indonesia: PT. Indeks, 2008) h. 137

<sup>30</sup> Sasa Djuarsa Sendjaja, "Materi Pokok Teori Komunikasi", (Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikbud, 1994), h.215-217

2) Dalam ada beberapa kasus, hasil yang terjadi lebih dipengaruhi oleh aktivitas penggunaan media itu sendiri. Selain itu, kondisi ini juga dapat memicu dampak psikologis, seperti timbulnya ketergantungan pada *platform* media tertentu. Apabila penggunaan media menjadi pemicu utama dari hasil tersebut, maka hasil tersebut dikategorikan sebagai konsekuensi.

3) Asumsi lain yang dapat diambil adalah bahwa hasil yang diperoleh dipengaruhi oleh dua komponen. Satu bagian ditentukan oleh konten media (yang dimediasi oleh cara penggunaannya), sementara bagian lainnya adalah dampak langsung dari aktivitas penggunaan media itu sendiri.

Berdasarkan uraian di atas, disimpulkan bahwa dampak dari pemanfaatan media dapat diklasifikasikan ke dalam tiga model utama, yakni:

1) Efek (*Effect*): Merupakan hasil yang ditentukan secara dominan oleh konten atau isi dari media.

2) Konsekuensi (*Consequence*): Merupakan hasil yang muncul sebagai akibat dari aktivitas penggunaan media, dan bukan dipicu oleh isi media.

3) Konsefek (*Conseffect*): Merupakan hasil yang bersumber dari gabungan antara aktivitas penggunaan media dan isi media yang dikonsumsi.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses And Affect* karena sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu melihat bagaimana TikTok memengaruhi perilaku moral anak muda di Desa Karduluk. Adapun asumsi dari teori *Uses And Effect* adalah bahwa penggunaan media serta isi konten dari media memiliki hubungan dan saling berkesinambungan sehingga menghasilkan efek yang disebut *consequence* yang melibatkan interaksi antar keduanya<sup>31</sup>

#### 4. Generasi Z

Menurut Teori Generasi yang diperkenalkan oleh Graeme Codrington dan Sue Grant-Marshall, orang yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 dikenal sebagai Generasi Z. Mereka juga biasa disebut sebagai Generasi Internet, Generasi Net, atau *iGeneration*.<sup>32</sup>

Generasi Z tumbuh di era transisi teknologi yang pesat. Kebiasaan menggunakan teknologi yang serba instan membentuk preferensi mereka terhadap proses kerja yang efisien dan cepat. Hal ini secara signifikan mempengaruhi pola pikir dan perilaku kerja mereka.

TikTok telah menjadi platform dominan, terutama di kalangan Generasi Z. Sebagian besar dari mereka menjadikan TikTok sebagai sumber informasi utama, dengan persentase pengguna mencapai 24%. Angka ini menempatkan TikTok di atas platform lain seperti YouTube (23%) dan Instagram (22%) dalam hal penyediaan informasi. Kebiasaan

<sup>31</sup> Radityo Muhammad, "Komunikasi Massa (Penggunaan dan Efek Media Massa)," Pusat Bahan Ajar dan eLearning Universitas Mercu Buana 23, no. 45 (2008). h. 9.

<sup>32</sup> Adica (2022), Generasi Z berdasarkan teori generasi". Diakses dari <https://www.silabus.web.id/generasi-z-berdasarkan-teori-generasi/> Desember 2024

penggunaan Gen Z juga menunjukkan bahwa mereka cenderung mengakses TikTok dalam durasi yang cukup lama, sering kali melebihi satu jam setiap kali aplikasi ini dibuka. Hal ini mencerminkan betapa efektifnya platform tersebut dalam mempertahankan perhatian penggunanya.<sup>33</sup>

## 5. TikTok

### a. Pengertian Tik Tok

TikTok adalah platform media sosial yang populer di kalangan anak muda. Platform ini menawarkan fitur-fitur kreatif seperti filter, efek khusus, dan koleksi musik yang lengkap, yang memudahkan pengguna untuk membuat video pendek yang unik dan menarik. Algoritma cerdas TikTok menyarankan konten yang sesuai dengan minat pengguna, menciptakan pengalaman personal yang membuat mereka ingin kembali lagi. Selain menjadi sumber hiburan, TikTok juga berfungsi sebagai platform untuk mengeksplorasi kreativitas, berbagi momen, dan membangun komunitas global.<sup>34</sup>

### b. Aspek-Aspek yang Memengaruhi Intensitas Penggunaan TikTok

Secara garis besar, terdapat dua kategori aspek yang membentuk perilaku penggunaan aplikasi TikTok, yaitu aspek internal dan eksternal.

<sup>33</sup> Nikita Dewi Anjani Sudrajat, "Stream to Shop: Perilaku Belanja Gen Z Pada Social Commerce dan Apa Yang Paling Memikat Mereka" Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital, Vol 2, No. 3, Juli-September 2024 h 258

<sup>34</sup> Armylia Malimbe, *Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado* JURNAL ILMIAH SOCIETY, Vol 1, No. 1, 2021 h 4-5

- 1) Aspek internal: Perasaan, sifat pribadi, keinginan, perhatian, cara belajar, kondisi fisik, kebutuhan, minat, dan semangat seseorang.
- 2) Aspek eksternal: Informasi yang didapat, pengetahuan di sekitar, tren yang sedang populer, hal-hal baru yang menarik, dan pengaruh dari teman atau keluarga.

c. Dampak TikTok pada Generasi Z

Penggunaan TikTok memiliki dampak baik dan buruk bagi Generasi Z, diantaranya:

1) Dampak Positif

a) Menjalin hubungan sesama

TikTok merupakan platform yang efektif untuk membangun relasi sosial. Pengguna dapat menjalin pertemanan baru dan berinteraksi secara langsung melalui fitur komentar dan pesan pribadi.

b) TikTok sebagai sumber informasi

TikTok memiliki potensi besar dalam membentuk karakter generasi muda. Platform ini dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan nilai-nilai positif, seperti ajaran Agama dan motivasi untuk berbuat baik. Namun, pengguna perlu bijak dalam menyaring informasi yang beredar di TikTok dan hanya mengadopsi informasi yang benar dan bermanfaat.

c) Tik Tok sebagai media hiburan

TikTok menawarkan berbagai konten menarik yang dapat dijadikan sarana hiburan bagi pengguna, terutama generasi muda. Aplikasi ini seringkali digunakan sebagai media relaksasi untuk mengurangi stres dan kebosanan.

2) Dampak Negatif

a) Pengembangan Fisik

Popularitas TikTok di kalangan generasi muda berpotensi menimbulkan kecanduan yang dapat mengganggu produktivitas dan perkembangan individu. Penggunaan TikTok yang berlebihan dapat menghambat kemampuan seseorang untuk mengatur waktu dan memenuhi tanggung jawabnya.

b) Pengembangan Moral

Moral membantu kita menentukan apakah suatu kebiasaan atau perilaku itu baik atau buruk. Keinginan untuk populer di TikTok dapat melemahkan nilai-nilai moral. Banyak pengguna rela melakukan apa saja demi mendapatkan perhatian, tanpa memikirkan dampaknya terhadap diri mereka sendiri dan orang lain. Hal ini dapat menjadi contoh yang buruk, terutama bagi anak-anak.

## 6. Moral

### a. Pengertian Moral

Moral merupakan suatu sistem nilai yang mengatur perilaku manusia dalam masyarakat. Konsep moral ini mencakup penilaian terhadap tindakan sebagai benar atau salah, baik atau buruk, berdasarkan norma-norma yang berlaku dalam suatu kelompok sosial. Dengan demikian, moralitas menjadi landasan bagi individu untuk mengambil keputusan etis dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini.

Karakter dan moral individu dapat dinilai melalui enam pilar etika utama yang mencakup: sifat dapat dipercaya (*Trustworthiness*), penghormatan (*Respect*), tanggung jawab (*Responsibility*), keadilan dan kejujuran (*Fairness*), kepedulian dan berbagi (*Caring*), serta kesadaran kewajiban sipil (*Citizenship-Civic Duty*).<sup>35</sup>

### b. Pemahaman Moral (*Moral Knowing*).

Dalam menghadapi berbagai tantangan moral yang muncul sepanjang hidup, terdapat beberapa komponen pemahaman moral yang relevan untuk diterapkan, yaitu:

#### 1) Kesadaran Moral (*Moral Awareness*)

Kebutaan moral adalah ketika kita tidak menyadari bahwa tindakan kita memiliki dampak moral. Anak-anak dan

---

<sup>35</sup> Ilham Hudi, *Pengaruh pengetahuan moral terhadap perilaku moral pada siswa SMP Negeri Kota Pekanbaru berdasarkan pendidikan orang tua*, Jurnal moral kemasyarakatan, Vol 2, No 1, Juni 2017 h 33-37



remaja lebih rentan mengalami hal ini karena mereka masih dalam proses belajar tentang nilai-nilai moral.

## 2) Mengetahui Nilai-Nilai Moral (*Moral Values*)

Nilai-nilai moral seperti menghormati sesama, kejujuran, dan keadilan merupakan fondasi bagi pembentukan karakter yang kuat. Nilai-nilai ini diwariskan dari generasi ke generasi dan menjadi pedoman hidup bagi setiap individu. Penguasaan nilai-nilai moral ini membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang baik dan buruk.

## 3) Pengambilan Perspektif (*Perspective Taking*)

Tujuan mendasar dari pendidikan moral adalah melatih individu agar mampu melihat dunia dari perspektif pihak lain, terutama kelompok yang berbeda dengan diri kita. Pengambilan perspektif sendiri merupakan kemampuan untuk meninjau situasi dari sudut pandang yang berbeda. Dengan memahami pikiran dan perasaan orang lain, kita akan mampu menunjukkan perilaku yang lebih adil dan menghargai.

## 4) Penalaran Moral (*Moral Reasoning*)

Perkembangan penalaran moral pada anak terjadi secara bertahap. Seiring bertambahnya usia, mereka akan mampu membedakan yang benar dan yang salah. Pada tahap yang lebih lanjut, anak-anak mulai memahami prinsip-prinsip moral

universal seperti menghormati martabat setiap orang dan melakukan perbuatan baik.

#### 5) Membuat Keputusan (*Decision Making*)

Kemampuan untuk memprediksi tindakan seseorang dalam situasi yang melibatkan dilema moral disebut sebagai keterampilan pengambilan keputusan reflektif. Pendekatan ini mengajarkan kita untuk mempertimbangkan berbagai pilihan dan konsekuensinya, sebuah keterampilan yang sudah diperkenalkan sejak usia dini.

#### 6) Memahami Diri Sendiri (*Self Knowledge*)

Memahami diri sendiri adalah fondasi penting untuk membangun karakter yang kuat. Proses ini melibatkan evaluasi diri yang jujur terhadap kekuatan dan kelemahan kita. Salah satu tantangan terbesar dalam memahami diri adalah mengakui kecenderungan kita untuk membenarkan perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai moral.

#### c. Perilaku Moral (*Moral Action*)

Perilaku moral seseorang dipengaruhi oleh kecerdasan moral dan emosi moral. Ketika keduanya seimbang, seseorang cenderung melakukan tindakan yang dianggap benar. Namun, seringkali ada kesenjangan antara mengetahui apa yang benar dan benar-benar melakukannya.

Untuk memahami secara mendalam faktor-faktor yang mendorong seseorang bertindak moral atau tidak, kita perlu menganalisis tiga aspek karakter, yaitu kompetensi, kemauan, dan kebiasaan.

### 1) Kompetensi

Kompetensi moral dapat didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk menerjemahkan pemahaman moral menjadi tindakan yang konsisten dengan nilai-nilai moral yang diyakini. Ini melibatkan lebih dari sekadar mengetahui apa yang benar dan salah, tetapi juga kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam situasi sosial yang kompleks.

### 2) Kehendak

Membuat keputusan moral seringkali menjadi keraguan. Menjadi orang baik tidak hanya sekadar niat baik, tetapi juga membutuhkan tindakan nyata dan usaha yang konsisten.

Kehendak adalah kekuatan yang memungkinkan kita mengendalikan emosi, berpikir rasional, dan memprioritaskan kewajiban di atas kesenangan. Kehendak juga menjadi dasar dari keberanian moral, yang memungkinkan kita untuk menolak godaan dan tekanan sosial.

### 3) Kebiasaan

Kebiasaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku moral seseorang. Orang yang berkarakter baik biasanya

bertindak sesuai dengan nilai-nilai moral yang sudah tertanam dalam diri mereka, tanpa perlu terlalu banyak memikirkannya.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan nilai-nilai moral

Banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan nilai-nilai moral peserta didik, diantaranya:<sup>36</sup>

1) Faktor lingkungan

Lingkungan sosial memiliki peran yang signifikan dalam perkembangan moral individu. Interaksi dengan orang lain, terutama dalam lingkungan keluarga dan sekolah, memberikan model peran dan pengalaman belajar yang membentuk nilai-nilai moral. Proses sosialisasi ini melibatkan mekanisme pembelajaran sosial, di mana individu mengamati perilaku orang lain, menerima penghargaan atau hukuman, dan secara bertahap menginternalisasi norma-norma sosial.

2) Tingkat penalaran

Cara kita berpikir tentang apa yang benar dan salah itu berhubungan dengan cara kita berpikir secara umum. Semakin tinggi tingkat penalaran seseorang, semakin baik pula dalam memutuskan apa yang benar dan salah.

3) Faktor intraksi sosial

Lingkungan sosial, terutama pengaruh teman, memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku anak.

---

<sup>36</sup> Eli Sasmita, *Ruang Lingkup Perkembangan Moral Siswa di Sekolah Dasar*, Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, Vol 08 No 01, Juni 2023 h 2251-2253

Bagaimana pengaruh teman dapat mendorong anak untuk mengadopsi norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat, keluarga, dan sekolah.

#### 4) Faktor budaya

Perkembangan moral manusia mengikuti pola yang sama di seluruh dunia. Namun, budaya tempat kita tinggal dapat mempengaruhi seberapa cepat kita mencapai tahap-tahap perkembangan moral tersebut, serta menentukan sejauh mana perkembangan moral kita. Dengan kata lain, latar belakang budaya dapat membentuk perbedaan dalam cara kita memahami dan menerapkan nilai-nilai moral

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini dipengaruhi oleh disiplin ilmu dasar penelitian.<sup>37</sup> Penelitian adalah proses ilmiah yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan baru dan menemukan solusi atas permasalahan yang kompleks. Melalui penelitian, kita dapat mengungkap fakta-fakta yang tersembunyi di balik berbagai fenomena dan menghasilkan temuan yang bermanfaat bagi masyarakat.<sup>38</sup> Metode penelitian yang digunakan disini adalah kuantitatif, dengan jenis survei.

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada analisis data numerik menggunakan metode statistik.<sup>39</sup> Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi dua variabel utama yang akan menjadi fokus analisis. Variabel pertama adalah variabel bebas (X), yang mengacu pada tingkat paparan seseorang terhadap jenis konten media tertentu. Variabel ini diasumsikan sebagai faktor yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Variabel kedua adalah variabel terikat (Y), yang mengukur perkembangan perilaku moral seseorang, termasuk nilai-nilai moral, perilaku etis, dan pengambilan keputusan moral. Variabel terikat ini diasumsikan dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu tingkat paparan media.

---

<sup>37</sup> Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), h. 42

<sup>38</sup> Djam'an Satori dan Aan Komaria, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 56

<sup>39</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2001), h. 3

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu pendekatan penelitian yang mengumpulkan data dari latar alami, bukan dari lingkungan yang telah dimanipulasi. Namun, peneliti tetap terlibat dalam proses pengumpulan data, seperti menggunakan kuesioner, tes, atau wawancara terstruktur. Pendekatan ini berbeda dengan metode eksperimen, di mana peneliti secara aktif memanipulasi variabel.<sup>40</sup>

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi diartikan sebagai totalitas unsur (baik individu, objek, maupun peristiwa) yang menjadi sasaran studi dan memiliki kriteria spesifik yang ditetapkan oleh peneliti.<sup>41</sup> Tujuan populasi adalah menjadi landasan bagi peneliti untuk mengidentifikasi kelompok individu, objek, atau peristiwa yang akan menjadi fokus kajian. Setelah populasi terdefinisi, Peneliti kemudian dapat menetapkan ukuran sampel yang representatif, dengan tujuan agar temuan yang didapatkan dapat digeneralisasikan secara akurat pada keseluruhan populasi.<sup>42</sup>

Populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah semua individu Generasi Z yang berdomisili di Desa Karduluk, Kabupaten Sumenep, dengan total jumlah sebanyak 2.634 jiwa, yang merupakan 23,9% dari total penduduk Desa Karduluk.

<sup>40</sup> Sugiyono metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2008) h.6

<sup>41</sup> Marthanya, *Pengertian Populasi dan sampel*, (Yogyakarta: Alfabeta, 2017), h.215

<sup>42</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h.43

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti. Dengan kata lain, sampel adalah kelompok yang lebih kecil yang diambil dari populasi yang lebih besar untuk menarik kesimpulan tentang keseluruhan populasi. Sampel digunakan karena tidak praktis untuk meneliti setiap anggota populasi. Gagasan dasarnya adalah bahwa sampel harus memiliki karakteristik yang sama dengan populasi awal, sehingga hasil dari sampel dapat diterapkan ke seluruh populasi.<sup>43</sup>

Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel *non-probability* melalui metode *purposive sampling*. Ciri utama pengambilan sampel *non-probability* adalah tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Di sisi lain, *purposive sampling* berfokus pada pemilihan anggota populasi yang secara sengaja dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan dalam penelitian.

Karakteristik khusus dalam penelitian ini antara lain :

- a. Berdomisili di Desa Karduluk,
- b. Generasi Z kelahiran tahun 1997-2012,
- c. Memiliki akun TikTok dan aktif menggunakannya,
- d. Serta tergabung dalam organisasi Karang Taruna yang merupakan kelompok pemuda desa.

Populasi yang dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Generasi Z yang tinggal di Desa Karduluk. Sampel yang dipilih

---

<sup>43</sup>Nur Fadilah Amin, *Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian*, Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Volume 14 , No. 1, Juni 2023 h 20



untuk penelitian ini terdiri dari 43 anggota Generasi Z yang tergabung dalam Karang Taruna Desa Karduluk. Kelompok ini terdiri dari 23 laki-laki dan 20 perempuan. Mereka dipilih karena memenuhi kriteria khusus yang ditetapkan oleh peneliti: berdomisili di Desa Karduluk, lahir antara tahun 1997 dan 2012, dan aktif menggunakan TikTok. Selain itu, Karang Taruna dapat mewakili Generasi Z di seluruh dusun di Desa Karduluk.

### C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

#### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga metode utama, yaitu kuesioner, observasi, dan wawancara. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data dari responden dalam jumlah yang lebih luas melalui serangkaian pertanyaan tertulis yang telah disusun secara sistematis. Metode ini membantu peneliti mengumpulkan data kuantitatif yang dapat diolah secara statistik.<sup>44</sup> Setelah semua data terkumpul, peneliti akan menganalisisnya menggunakan metode statistik yang disebut regresi linier sederhana, yang dilakukan melalui SPSS 25. Metode ini akan membantu peneliti memahami hubungan antara variabel yang diteliti.

Observasi merupakan metode pengumpulan data di mana peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mengamati fenomena yang sedang diteliti. Setelah melakukan pengamatan, peneliti dapat mendeskripsikan permasalahan yang muncul dan mengaitkannya dengan

---

<sup>44</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021). 28-29

metode pengumpulan data lainnya, seperti wawancara maupun angket. Selanjutnya, temuan dari observasi tersebut diinterpretasikan dengan mengacu pada teori serta hasil penelitian sebelumnya.

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan terkait topik penelitian kepada narasumber yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam pelaksanaannya, peneliti perlu memastikan bahwa responden memiliki keterkaitan dengan penelitian, memberikan jawaban yang benar dan dapat dipercaya, serta memahami topik yang dibahas. Terdapat dua jenis wawancara yang umum digunakan, yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur dilakukan dengan panduan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, sedangkan wawancara tidak terstruktur dilakukan secara lebih bebas dengan berpedoman pada garis besar permasalahan yang ingin diteliti.

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur subjek yang terkait dengan suatu variabel penelitian.<sup>45</sup> Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang menggunakan *Skala Likert* untuk pengukurannya. *Skala Likert* sering digunakan untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana individu atau kelompok memandang suatu fenomena sosial. Ketika menggunakan *Skala Likert*,

---

<sup>45</sup> Heri Yusuf Muslih, Aini Loita, Dea Siti Nurjanah, “*Jurnal PAUD Agapedia*”, Vol.6 No. 1 Juni 2022, h 99

variabel yang diukur dipecah menjadi beberapa indikator. Indikator-indikator ini kemudian menjadi dasar untuk menyusun pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner. *Skala Likert* memungkinkan responden untuk memilih jawaban yang mencerminkan tingkat persetujuan atau preferensi mereka terhadap suatu pernyataan atau pertanyaan. Jawabannya bervariasi dari yang paling positif hingga yang paling negatif, dan biasanya diungkapkan dalam bentuk kata-kata. Dalam penelitian ini, jawaban untuk setiap item adalah:

**Tabel 3.1 Skala Likert**

Kategori	Singkatan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral/Ragu-ragu	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

**Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Variabel X**

Variabel	Indikator	Item	Jumlah
Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok (X)	Frekuensi dan durasi akses TikTok	1,2	2
	Paparan dan interaksi dengan konten dakwah	3,4,5,6	4
	Diskusi dan pertukaran pendapat mengenai konten dakwah	7,8	2
	Keyakinan dan kepatuhan terhadap pesan dakwah	9,10,11	3

Tabel ini menunjukkan kerangka kerja instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel X, yaitu "Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok". Variabel ini menggunakan indikator yaitu: Frekuensi dan durasi akses TikTok, Paparan dan intraksi dengan konten dakwah, Diskusi dan pertukaran pendapat mengenai konten dakwah, Keyakinan dan kepatuhan terhadap pesan dakwah. Setiap indikator diwakili oleh 2-4 item pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen, sehingga total terdapat 11 item. Penggunaan kisi-kisi ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang dikembangkan mencakup seluruh aspek yang relevan dari variabel yang diteliti, serta memberikan panduan yang jelas dalam proses pengumpulan data.

**Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrmen Variabel Y**

Variabel	Indikator	Item	Jumlah
Prilaku Moral Generasi Z (Y)	Toleransi Interpersonal	1,2	2
	Kematangan emosional (empati dan tanggung jawab)	3,4,5,6	4
	Kepatuhan norma dan partisipasi sosial	7,8,9	3
	Kepedulian terhadap isu moral	10,11,12,13	4
	Konsistensi antara perkataan dan perbuatan	14,15,16	3

Tabel ini menyajikan kisi-kisi instrumen untuk mengukur variabel Y, yaitu Prilaku Moral Generasi Z. Variabel ini dipecah menjadi 5

indikator, yaitu: Pemahaman dan penerapan nilai-nilai Agama dan sosial, Prilaku interaksi sosial dan penghormatan, Kepatuhan terhadap aturan dan norma Desa, Respond positif terhadap isu-isu moral, dan Integritas. Pemahaman dan penerapan nilai-nilai Agama dan Sosial diukur dengan 2 item pertanyaan, yaitu item nomor 1 dan 2, Perilaku interaksi sosial dan penghormatan Desa diukur dengan 4 item pertanyaan, yaitu item nomor 3,4,5 dan 6. Kepatuhan terhadap aturan dan norma 7,8,9. Respond positif terhadap isu-isu moral 10,11,12,13,14,. Konsistensi antara perkataan dan perbuatan 15,16.

Pengukuran prilaku moral Generasi Z dilakukan menggunakan instrumen yang terdiri dari 10 pertanyaan. Skala Likert, skala psikometrik yang umum digunakan dalam penelitian, ditetapkan sebagai skala pengukuran untuk penelitian ini.

### 3. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memeriksa apakah suatu alat penelitian memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian. Uji ini melibatkan pemeriksaan setiap pertanyaan dalam kuesioner untuk setiap variabel atau indikator guna memastikan bahwa pertanyaan tersebut tepat untuk indikator yang diukur. Uji signifikansi digunakan untuk menentukan validitas dengan membandingkan korelasi yang dihitung ( $r_{hitung}$ ) dengan nilai tabel ( $r_{tabel}$ ).  $r_{tabel}$  diperoleh dari tabel menggunakan derajat kebebasan (df)

sama dengan  $n - 2$  dan  $\alpha$  ( $\alpha$ ) 5%. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilainya positif, pertanyaan tersebut dianggap valid. Di sisi lain, jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$ , pertanyaan tersebut dianggap tidak valid.

**Tabel. 3.4. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Item	Koefisien Korelasi ( $r_{hitung}$ )	Koefisien Tabel ( $r_{tabel}$ )	Ket
Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok (X)	Frekuensi dan durasi akses TikTok	X1	0,398	0,301	VALID
		X2	0,823	0,301	VALID
	Paparan dan intraksi dengan konten Dakwah	X3	0,788	0,301	VALID
		X4	0,742	0,301	VALID
		X5	0,786	0,301	VALID
		X6	0,701	0,301	VALID
	Diskusi dan pertukaran pendapat mengenai konten dakwah	X7	0,577	0,301	VALID
		X8	0,704	0,301	VALID
	Keyakinan dan kepatuhan terhadap pesan dakwah	X9	0,651	0,301	VALID
		X10	0,757	0,301	VALID
		X11	0,720	0,301	VALID
Prilaku Moral Generasi Z (Y)	Toleransi interpersonal	Y1	0,432	0,301	VALID
		Y2	0,619	0,301	VALID
		Y3	0,700	0,301	VALID
	Kematangan emosional (empati dan tanggung jawab)	Y4	0,623	0,301	VALID
		Y5	0,577	0,301	VALID
		Y6	0,434	0,301	VALID
	Kepatuhan norma dan partisipasi sosial	Y7	0,761	0,301	VALID
		Y8	0,672	0,301	VALID
		Y9	0,529	0,301	VALID
	Kepedulian terhadap isu moral	Y10	0,416	0,301	VALID
		Y11	0,728	0,301	VALID
		Y12	0,584	0,301	VALID
		Y13	0,586	0,301	VALID
	Integritas antara perkataan dan	Y14	0,723	0,301	VALID
		Y15	0,580	0,301	VALID

	perbuatan	Y16	0,542	0,301	VALID
--	-----------	-----	-------	-------	-------

Dari tabel di atas, terlihat bahwa koefisien korelasi hitung ( $r_{hitung}$ ) untuk setiap item pertanyaan dalam kuesioner lebih tinggi dan positif dibandingkan nilai tabel ( $r_{tabel}$ ) dengan derajat kebebasan ( $df$ ) = 43 dan  $\alpha = 0,05$ , yaitu  $r_{tabel} = 0,301$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  (0,301). Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator dari kedua variabel X dan Y valid.

Hasil ini menjamin bahwa instrumen kuesioner memiliki kualitas yang tinggi karena setiap pertanyaan telah teruji secara statistik mampu mewakili konsep yang diteliti. Dengan kata lain, data yang dikumpulkan benar-benar merefleksikan pendapat responden tentang pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok, bukan opini yang tidak relevan. Jaminan validitas ini memberikan dasar yang sangat kokoh bagi pengolahan data dan analisis hipotesis selanjutnya.

#### b. Uji Reliabilitas

Konsistensi data penelitian diperiksa menggunakan uji reliabilitas, yang memastikan jawaban responden tetap stabil dalam berbagai situasi. Reliabilitas alat ini dapat ditentukan dengan melihat nilai *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ). Suatu indikator dianggap reliabel jika nilainya di atas 0,60, dan tidak reliabel jika nilainya di bawah 0,60. Hasil uji ini disajikan dalam tabel di bawah ini.

**Tabel. 3.5. Hasil Uji Reabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok (X)	0,895	Reliabel
Prilaku Moral Generasi Z (Y)	0,875	Reliabel

Sumber SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian yang ditunjukkan pada tabel di atas, ditemukan bahwa kedua variabel menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, pertanyaan pada kedua variabel tersebut dianggap reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel, sehingga dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Terpenuhinya reliabilitas ini menjamin bahwa kualitas data yang dikumpulkan sudah tinggi dan bebas dari kesalahan pengukuran (*error*) yang disebabkan oleh pertanyaan yang tidak stabil atau jawaban responden yang berubah-ubah. Dengan jaminan reliabilitas ini, temuan mengenai pengaruh signifikan intensitas menonton konten dakwah TikTok memiliki dasar data yang kokoh untuk dianalisis pada tahap selanjutnya.

#### **D. Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik suatu kumpulan data.



## 1. Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk memastikan bahwa teknik regresi linier sederhana sesuai untuk digunakan dalam penelitian. Pengujian ini merupakan langkah penting yang harus diselesaikan sebelum analisis regresi dapat dilakukan, untuk memastikan bahwa model yang digunakan valid dan memenuhi semua kriteria analisis yang dipersyaratkan.

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah variabel dalam suatu studi penelitian mengikuti distribusi normal. Uji ini dapat dilakukan menggunakan metode grafik maupun metode statistik. Saat mengambil keputusan menggunakan metode grafik normal *probability plot*, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai residual dikatakan mengikuti distribusi normal jika titik-titik data berada di dekat atau mengikuti garis diagonal pada grafik.
- 2) Di sisi lain, jika titik-titik data berada jauh dari garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa nilai residual tidak mengikuti distribusi normal.<sup>46</sup>

<sup>46</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021). 66

b. Uji heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas membantu menentukan apakah terdapat varians yang tidak sama pada residual di berbagai observasi dalam suatu model regresi.<sup>47</sup> Dalam suatu model regresi, tidak adanya heteroskedastisitas diindikasikan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Di sisi lain, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, terdapat heteroskedastisitas.<sup>48</sup>

c. Uji linearitas

Uji liniearitas digunakan untuk memastikan apakah setiap variabel independen memiliki pola hubungan yang lurus atau tidak dengan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan dua cara yaitu:

Pertama dengan melihat nilai signifikansi pada output SPSS. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X dengan variabel Y. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel X dengan variabel Y.

Kedua membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F pada tabel. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka hubungan antara variabel

<sup>47</sup> Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistik Version 26.0* (Bangkalis Riau: DOTPLUS Publisher, 2021).

<sup>48</sup> Teza Alfindo Hm “Pengaruh Pertumbuhan Terhadap profitabilitas Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019” Vol 11 No 1 Maret 2022 h.259-260

bebas dan variabel terikat dapat dinyatakan linear. Sebaliknya, jika

$F_{hitung} > F_{tabel}$ , berarti hubungan keduanya tidak bersifat linear.

Nilai  $F_{tabel}$  dapat diperoleh melalui perhitungan derajat kebebasan (df). Untuk df pembilang atau  $n1$  digunakan rumus:

$$n1 = k - 1$$

Sedangkan df penyebut atau  $n2$  dihitung dengan rumus:

$$n2 = n - k$$

Keterangan:

$k$  = jumlah variabel

$n$  = jumlah responden

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini teknis analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana yang digunakan untuk mengukur dampak

konten dakwah TikTok. Metode dasar ini digunakan untuk menguji

hubungan linier antara satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Regresi linier sederhana mengasumsikan bahwa korelasi

antara kedua variabel membentuk garis lurus. Artinya, setiap

perubahan pada variabel bebas akan memberikan pengaruh yang

proporsional terhadap variabel terikat. Karena penelitian ini hanya

melibatkan satu variabel bebas, regresi linier sederhana merupakan uji yang tepat. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:<sup>49</sup>

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat

X = Variabel Bebas

a dan b = Konstanta

b. Uji t (Analisis pengaruh secara persial)

Untuk menilai seberapa besar kontribusi satu koefisien regresi terhadap variabel dependen (Y), kami menggunakan uji statistik individual yang disebut uji-t. Keputusan tentang signifikansi pengaruh didasarkan pada perbandingan nilai-t dan *probability*. Variabel independen dianggap signifikan (hipotesis alternatif diterima) jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$  ( $\alpha$ ;  $n-k$ ) atau jika probabilitasnya di bawah 0,05. Di sisi lain, jika nilai  $t_{hitung}$  lebih rendah daripada nilai  $t_{tabel}$  atau probabilitasnya lebih tinggi dari 0,05, variabel independen dianggap tidak signifikan dalam memengaruhi variabel dependen (hipotesis alternatif ditolak).

c. Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakankan sebagai alat ukur untuk menilai sejauh mana model yang dibangun memiliki kapabilitas dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat

---

<sup>49</sup>Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), 97-98

(dependen). Nilai koefisien ini terbatas pada rentang 0 hingga 1. Interpretasinya adalah: semakin besar nilai koefisien tersebut mendekati 1, maka semakin kuat pula daya pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat.<sup>50</sup>



---

<sup>50</sup> Duwi Priyatno, *Analisis Regresi Linier dengan SPSS dan Analisis Regresi Data Panel dengan Eviews*. (Yogyakarta: Cahaya Harapan, 2022)

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Objek penelitian**

##### **1. Dakwah di Media Sosial**

Media sosial bukan sekadar tempat berinteraksi dengan teman, tetapi juga bisa menjadi cara yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan positif. Karena jangkauannya yang luas, kita dapat berbagi nilai-nilai positif dengan orang-orang dari berbagai latar belakang. Fleksibilitas media sosial memungkinkan kita untuk menyebarkan pesan-pesan positif kapan pun dan di mana pun, sehingga lebih banyak orang dapat menerimanya.

Dakwah melalui media sosial lebih efektif dibandingkan dengan metode konvensional seperti acara keagamaan. Hal ini dikarenakan pengguna media sosial memiliki kebebasan untuk mengakses konten dakwah sesuai dengan keinginan mereka. Adapun berbagai macam jenis konten dakwah yang tersedia di platform TikTok antara lain sebagai berikut:

##### **a. Konten dakwah doa-doa**

Doa adalah permohonan, harapan, atau pujian yang ditujukan kepada Tuhan. Doa berarti berbicara kepada Tuhan dengan harapan, pujian, dan permohonan. Doa adalah sejenis permohonan kepada Allah yang mencakup pujian, harapan, dan permohonan.

Contoh konten dakwah tentang doa-doa.



Gambar 4.1 Konten Dakwah Doa-Doa  
Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSMfMAnkp/>

#### b. Konten dakwah hijrah

Hijrah berarti berpindah dari satu tempat ke tempat lain atau berubah dari satu situasi ke situasi yang lebih baik. Contoh konten tentang dakwah hijrah.

Contoh konten dakwah hijrah.

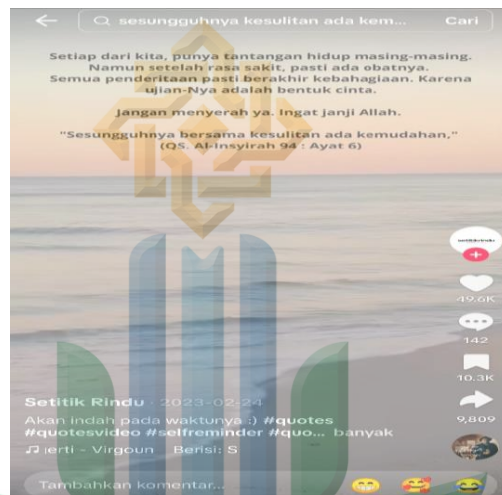


Gambar 4.2 Konten Dakwah Hijrah  
Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSMf62Mpk/>

c. Konten dakwah inspirasi

Inspirasi adalah dorongan atau motivasi yang berasal dari seseorang atau sesuatu yang dapat memberikan ide-ide baru dan kreatif.

Contoh konten dakwah inspirasi.



Gambar 4.3 Konten Dakwah Inspirasi

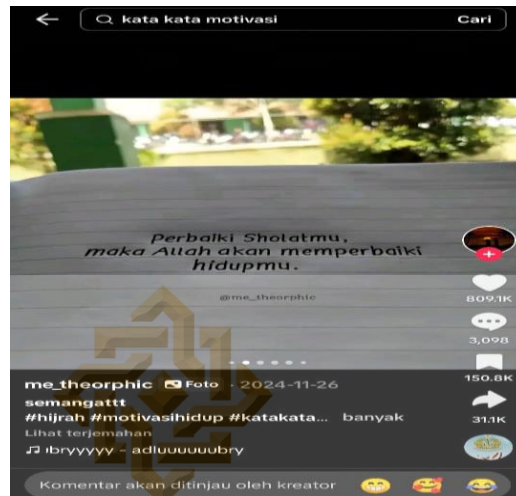
Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSMfjKHAD/>

d. Konten dakwah motivasi

Motivasi adalah kekuatan yang mendorong seseorang untuk bertindak, baik untuk mencapai tujuan maupun mendapatkan kepuasan. Motivasi dapat berasal dari dalam diri seseorang (intrinsik) maupun dari luar (ekstrinsik).



Contoh konten dakwah motivasi.



Gambar 4.4 Konten Dakwah Motivasi  
Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSMf6kxFn/>

e. Konten dakwah nasihat

Nasihat adalah ajaran atau pelajaran yang baik, yang mencakup bimbingan, arahan, peringatan, atau teguran yang lembut.

Contoh konten dakwah nasihat.



Gambar 4.5 Konten Dakwah Nasihat  
Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSMf6Qrm2/>

## 2. Desa Karduluk

Dalam sejarah, setiap desa atau daerah memiliki cerita dan latar belakang uniknya sendiri yang menunjukkan apa yang membuatnya istimewa. Kisah-kisah ini seringkali diwariskan melalui cerita rakyat dari satu generasi ke generasi berikutnya, sehingga sulit untuk mengetahui kebenarannya secara pasti. Terkadang, nama sebuah desa atau keterampilan penduduknya berkaitan erat dengan kisah-kisah ini. Desa Karduluk pun demikian, dan kami akan membahas lebih lanjut tentang kisahnya untuk membantu menjelaskan keistimewaan Desa Karduluk.

Berdasarkan penelitian kami dari berbagai sumber, asal usul Desa Karduluk memiliki dua versi berbeda:

- a. Berdasarkan asal-usulnya, nama Karduluk berasal dari gabungan dua kata: "Sekar" yang berarti "bunga" dan "Duluk" yang berarti "subur". Jadi, nama Karduluk secara harfiah berarti "bunga yang tumbuh di tempat yang subur". Namun, tidak diketahui secara pasti bagaimana nama tersebut berubah dari "Sekarduluk" menjadi "Karduluk".
- b. Karduluk yang berasal dari dua kata Madura: "Ngekar" yang berarti 'membuat sketsa ukiran' dan "Duluk" yang berarti 'subur' atau 'indah'. Asal usul ini juga terkait dengan legenda lokal yang kuat di masyarakat.

Kisah ini berawal dari masa Kerajaan Majapahit saat dipimpin oleh Raja Kertawijaya (1447-1451). Pada masa itu, tersebar berita tentang keahlian seorang pelukis bernama Pramanggoro, putra dari Kadipaten

Tuban. Karena lukisannya yang sangat indah, sang raja memintanya melukis potret putri kesayangannya dalam waktu seminggu.

Pramanggoro berhasil menyelesaikan lukisan itu dengan sangat mirip. Namun, di saat-saat terakhir, seekor lalat hinggap di tintanya, lalu terbang dan meninggalkan noda di bagian paha lukisan sang putri. Meski Pramanggoro sudah berusaha menghapusnya, noda itu tidak bisa hilang.

Ketika raja melihat lukisan tersebut, ia sangat murka karena noda tinta itu sangat mirip dengan aslinya. Raja menganggap Pramanggoro telah berbuat tidak senonoh pada putrinya dan menjatuhkan hukuman gantung. Pramanggoro membela diri dengan menjelaskan bahwa noda itu tidak disengaja, melainkan akibat dari seekor lalat.

Sebulan kemudian, Raja Kertawijaya memanggil Pramanggoro lagi untuk mengkaji ulang kasusnya. Atas saran dari patihnya yang licik, raja memerintahkan Pramanggoro untuk membuat layang-layang terbesar dan terindah dalam waktu satu hari. Berkat kesaktiannya, Pramanggoro berhasil menyelesaikannya. Keajaiban layang-layang itu adalah, dari dekat layang-layang itu tampak biasa saja, tetapi saat dinaikkan di angkasa, akan terlihat sketsa ukiran yang sangat indah.

Pada hari berikutnya, Raja memberi titah agar Pramanggoro menjalankan tugas menaikkan layang-layang tersebut seorang diri, dan titah itu berhasil dipenuhi. Menyaksikan kesaktian yang dimiliki Pramanggoro, Patih merasa posisinya terancam dan diliputi kekhawatiran akan kehilangan jabatan. Oleh karena itu, ia merancang siasat: dengan

alasan layang-layang condong ke arah utara, Patih meminta Pramanggoro untuk memperbaikinya di angkasa. Begitu Pramanggoro mencapai ketinggian, Patih tanpa ragu segera memutus tali layang-layang tersebut.

Layang-layang itu pun putus dan terbawa angin. Pertama kali ditemukan di Jepara, kemudian seminggu kemudian di Karduluk (tepatnya di lokasi Taman Pendidikan An-Najah sekarang), lalu terbang ke Bali, dan terakhir ditemukan di Tiongkok, sebelum akhirnya tidak ada kabar lagi.

Berkat legenda ini, sebagian besar penduduk Karduluk dikenal pandai menggambar sketsa dan mengukir. Saat itu, Karduluk masih berupa desa kecil yang terletak di sebelah tenggara Taman Pendidikan An-Najah (sekarang Desa Somangkaan). Daerah itu terkenal dengan nama "Koel", yang berarti area ukir. Seiring waktu, seiring berkembangnya waktu dan reputasinya, wilayah Karduluk meluas hingga menjadi seperti yang kita kenal sekarang.

### 3. Kondisi Geografis

Secara geografis Desa Karduluk berada pada koordinat 113°38'–113°40' Bujur Timur (BT) dan 7°8'–7°6' Lintang Selatan (LS). Dari segi topografi, wilayah desa ini memiliki variasi ketinggian yang membentang dari 0 hingga 1.000 meter di atas permukaan laut. Sebagian besar wilayahnya, sekitar 1.178,25 hektare, memiliki kemiringan landai sekitar 3%, sementara 135 hektare lainnya bergelombang dengan kemiringan 3,1%–15%. Iklimnya tropis seperti daerah lain di Indonesia, dengan suhu

rata-rata 24–32 °C dan kelembapan sekitar 65%. Rata-rata curah hujan di wilayah ini termasuk kategori rendah, mencapai 1.112,4 mm per tahun. Periode terkering, yang ditandai sebagai musim kemarau terendah, terjadi di sepanjang bulan Juni hingga Oktober.

Karduluk memiliki pola iklim yang sama dengan Kabupaten Sumenep yaitu memiliki dua periode utama: musim hujan yang berlangsung dari November sampai April, dan musim kemarau yang mencakup periode April hingga November. Secara administratif, desa ini terletak kurang lebih 5 km dari pusat Kecamatan Pragaan dan sekitar 25 km dari ibu kota Kabupaten Sumenep. Batas-batas geografisnya meliputi Kecamatan Ganding di sebelah utara, Kecamatan Bluto di sisi timur, Desa Aeng Panas di barat, dan Selat Madura di bagian selatan.

Luas total Desa Karduluk mencapai 1.178,25 hektare, yang pemanfaatannya dibagi untuk berbagai keperluan. Penggunaan lahan di wilayah ini didominasi oleh sektor pertanian, yang mencakup sawah, ladang, atau tegalan seluas 904,89 ha, ditambah 5 ha hutan rakyat. Lahan non-pertanian terdiri dari: permukiman (49,50 ha); prasarana umum (seperti jalan 36,85 ha, bangunan publik 36 ha, dan area pemakaman 8 ha); serta aktivitas ekonomi yang diwakili oleh rumah industri (18 ha).

#### 4. Kondisi Demografis

Jumlah penduduk Desa Karduluk saat ini adalah 11.019 jiwa, terdiri dari 5.318 laki-laki dan 5.701 perempuan. Data ini berasal dari catatan administrasi desa dan telah diverifikasi melalui survei data yang dilakukan pada bulan Januari 2025 oleh tim Fasilitator Pembangunan Desa, sebagai berikut:

**Tabel 4.1.**  
**Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Desa Karduluk Tahun 2025**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	5318	48.26 %
2	Perempuan	5701	51.74%
<b>Jumlah</b>		<b>11.019</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Survey Sekunder Desa Karduluk Kecamatan Pragaan, Januari tahun 2025

Berdasarkan tabel yang tersedia, total penduduk Desa Karduluk adalah 11.019 jiwa. Distribusi penduduk menunjukkan bahwa perempuan merupakan mayoritas penduduk, dengan 5.701 jiwa, atau setara dengan 51,74% dari total penduduk. Sementara itu, jumlah laki-laki adalah 5.318 jiwa, atau setara dengan 48,26% dari total penduduk.

#### 5. Mata Pencaharian

Secara garis besar, penduduk Desa Karduluk memiliki beragam profesi. Mata pencaharian mereka mencakup sektor pertanian (petani dan buruh tani), sektor publik (PNS dan guru), sektor swasta (karyawan swasta, wiraswasta, pedagang, dan pensiunan), serta sektor jasa (transportasi, konstruksi, dan buruh harian lepas). Sebagian kecil warga juga berprofesi sebagai nelayan. Untuk rincian jumlah penduduk

berdasarkan profesi, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.2.**  
**Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian**  
**Desa Karduluk Tahun 2025**

No	Macam Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%) dari JumlahTotal Penduduk
1	Petani/Pekebun	3134	34.33 %
2	Buruh Tani	726	7.91 %
3	Pegawai Negeri Sipil	62	0.70 %
4	Karyawan Swasta	776	8.50 %
5	Perdagangan	74	0.80 %
6	Pedagang	236	3.51 %
7	Pensiunan	7	0.16 %
8	Transportasi	15	0.18 %
9	Konstruksi	16	0.17 %
10	Buruh Harian Lepas	2346	25.37 %
11	Guru	165	1.79 %
12	Nelayan	150	1.63 %
13	Wiraswasta	808	8.80 %
<b>Jumlah</b>		<b>9187</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data survey Potensi Ekonomi Desa Karduluk, Januari Tahun 2025.

Dari data yang ada, terungkap bahwa 98,62% penduduk Desa Karduluk memiliki pekerjaan. Dari persentase tersebut, mayoritas atau sekitar 64,43% dari total populasi menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian dan industri. Profesi petani merupakan yang paling dominan, menyumbang 34,11% dari seluruh angkatan kerja, atau setara dengan 27,2% dari total jumlah penduduk desa.

Selain berwirausaha secara mandiri, beberapa warga Desa Karduluk juga memilih bekerja di sektor formal, seperti menjadi aparatur pemerintahan atau pegawai di perusahaan swasta. Pekerjaan ini menjadi pilihan lain di luar sektor pertanian yang mendominasi.



#### 6. Karang Taruna Desa Karduluk

Karang Taruna Desa Karduluk secara resmi didirikan pada tahun 2021 sebagai wadah bagi pemuda untuk berkontribusi pada pembangunan desa. Organisasi ini dibentuk untuk menyalurkan potensi, kreativitas, dan semangat gotong royong pemuda ke dalam kegiatan produktif yang bermanfaat bagi masyarakat. Dibawah naungan Kepala Desa Ahmad Faruq, S.Pd.I., M.Pd., Karang Taruna ini dipimpin oleh Jalauddin sebagai ketua, Moh. Ainul Yakin sebagai sekretaris, dan Zaimatul Ummah sebagai bendahara. Sejak awal berdirinya, mereka telah menjadi penggerak utama dalam berbagai inisiatif, seperti pelestarian budaya dengan mengadakan pelatihan dan promosi seni ukir, mendorong ekonomi kreatif, serta menyelenggarakan acara sosial seperti gotong royong dan bantuan sosial. Berfungsi sebagai mitra strategis pemerintah desa, Karang Taruna tidak hanya berinisiatif secara mandiri, tetapi juga terlibat langsung dalam pelaksanaan program-program pembangunan. Secara keseluruhan, organisasi ini adalah representasi nyata dari semangat inovasi dan kolaborasi pemuda, yang telah membuktikan perannya sebagai kekuatan positif dalam membawa perubahan bagi Desa Karduluk.



## STRUKTUR ORGANISASI KARANG TARUNA DESA KARDULUK TAHUN 2025

### Kepala Desa

Ahmad Faruq S.Pd.I, M.Pd

Ketua	: Jalaluddin
WK	: Mohammad Salim
WK 2	: Mohammad Hasbi
Sekretaris	: Moh Ainul Yakin Safitri
Bendahara	: Zaimatul Ummah Sakinah Izzah Qorina
SDM	: Fazaroul Farahiyah Yusuf Fairus Afandi Habibatul Ummah Nabila Dina Aulia Insiyah
Spiritual Keagamaan	: Abd Majid Dauqi Al Misari M. Afnur Rizal Davina Salsabila Imroaturraihah Qurraotul Aini
Humas	: Syafiqurrahman Fahrur Rozi Indra Arif Kurniawan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Rofiqoh

Mar'atul Istiqomah

Fitriyah

Usaha & Kesejahteraan : Ubaidillah

Atfalina Unsa Hidayain

Sultoni

Naufaldi

Putri Sakinah

Ahmad Faiz Royhan

Olahraga

: Ahmad Jamali

Ansori

Devina Amalia

Nadia Rozana

Ainur Rahman

Imroatun Nabila

Roni Setiawan

Media

: Hariv Ahmad Nasrullah

Rosil Ma'uf

Sariroh

Faiq Ahmad Zainul

M. Widarto

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## B. Penyajian Data

Peneliti telah menyelesaikan penelitian lapangan dan selanjutnya menyajikan hasil temuan data. Sebanyak 43 anggota aktif Karang Taruna Desa Karduluk, Kabupaten Sumenep, dipilih sebagai responden. Data primer digali menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner (angket). Berikut ini adalah sajian data yang dihasilkan dari instrumen tersebut:

**Tabel. 4.3. Data Responden Penelitian**

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Skor Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah (X)	Prilaku Moral Generasi Z (Y)
1	Jaladuddin	Laki-Laki	44	69
2	Moh Salim	Laki-Laki	44	64
3	Moh Hasbi	Laki-Laki	39	64
4	Moh Ainul Yaqin	Laki-Laki	45	73
5	Safitri	Perempuan	42	69
6	Zaimatul Ummah	Perempuan	44	72
7	Sakinah Izzah Qorina	Perempuan	34	66
8	Fazaroul Farahiyah	Perempuan	34	62
9	Yusuf Fairuz Afandi	Laki-Laki	33	56
10	Habibatul Ummah	Perempuan	32	69
11	Nabila Dina Auliya	Perempuan	24	65
12	Insiyah	Perempuan	36	61
13	Abd Majid	Laki-Laki	52	80
14	Dauki Almisari	Laki-Laki	35	67
15	M Afnur Rizal	Laki-Laki	46	80
16	Dafina Salsabila	Perempuan	40	67
17	Imroatur Roihah	Perempuan	42	65
18	Qurrotul Arini	Perempuan	39	67
19	Syafiqurrohman	Laki-Laki	41	68
20	Fahrurrozi	Laki-Laki	38	61
21	Indra Arif Qurniawan	Laki-Laki	37	68
22	Rofiqoh	Perempuan	38	71
23	Mar'atul Istiqomah	Perempuan	42	65
24	Fitriyah	Perempuan	40	63

25	Nor Fitra	Perempuan	48	72
26	Ubaidillah	Laki-Laki	47	77
27	Putri Sakinah	Perempuan	45	68
28	Sulthoni	Laki-Laki	46	70
29	Naufaldi	Laki-Laki	40	69
30	Ahmad Faiz Raihan	Laki-Laki	36	67
31	Atfalina Unsa Hidayatin	Perempuan	36	58
32	Ahmad Jamali	Laki-Laki	42	64
33	Anshori	Laki-Laki	48	73
34	Defina Amaliya	Perempuan	44	64
35	Nadia Rozana	Perempuan	43	64
36	Ainur Rohman	Laki-Laki	35	59
37	Imroatus Nabila	Perempuan	32	57
38	Roni Setiawan	Laki-Laki	36	68
39	Sariroh	Perempuan	35	54
40	Harif Ahmad Nasrullah	Laki-Laki	40	61
41	Rosil Makruf	Laki-Laki	38	61
42	Faiq Ahmad Zainul	Laki-Laki	42	68
43	M. Widarto	Laki-Laki	35	74

Berdasarkan tabel 4.3 data responden penelitian diatas dikatakan bahwa, Variabel Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah (X) menunjukkan tingkat sejauh mana responden dipengaruhi oleh konten dakwah di platform TikTok. Hasil pengukuran menunjukkan adanya rentang skor yang signifikan, yang menandakan bahwa tingkat pengaruh intensitas menonton konten dakwah tidak sama untuk setiap individu. Skor tertinggi yang tercatat adalah 52, yang merupakan 100% dari skor maksimum yang mungkin didapatkan dalam instrumen ini. Nilai ini menandakan adanya responden yang sangat terpengaruh oleh intensitas menonton konten dakwah, menunjukkan bahwa konten tersebut memiliki dampak kuat dalam membentuk persepsi atau pandangan mereka. Skor terendah adalah 24, atau sekitar 46.15% dari skor maksimum. Skor ini menunjukkan adanya responden

yang tingkat pengaruhnya sangat rendah, mungkin karena mereka jarang menonton atau memiliki preferensi konten yang berbeda. Rata-rata keseluruhan skor pada variabel ini adalah 40.23. Angka ini menempatkan skor tertinggi (52) sebagai nilai yang berada di atas rata-rata kelompok, menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan pada responden tersebut.

Variabel Prilaku Moral Generasi Z (Y) menunjukkan tingkat prilaku moral individu yang diukur melalui kuesioner. Sama seperti variabel X, skor pada variabel Y juga menunjukkan rentang yang luas, yang menggambarkan keberagaman tingkat moralitas di antara responden. Skor tertinggi untuk moralitas adalah 80, yang merupakan 100% dari skor maksimum. Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat responden dengan tingkat prilaku moral yang sangat baik dan konsisten. Tingginya skor ini dapat diartikan sebagai cerminan kuatnya nilai-nilai etika dan perilaku yang positif pada individu tersebut. Skor terendah adalah 54, atau sekitar 67.5% dari skor maksimum. Nilai ini mengindikasikan adanya responden dengan tingkat prilaku moral yang relatif rendah dalam kelompok penelitian ini. Rata-rata keseluruhan skor pada variabel ini adalah 66.42. Angka ini menunjukkan bahwa skor tertinggi (80) berada jauh di atas rata-rata kelompok, menandakan bahwa responden tersebut memiliki tingkat moralitas yang sangat menonjol. Variasi skor ini merupakan kunci untuk meninjau apakah ada hubungan positif antara pengaruh intensitas menonton konten dakwah dan tingkat prilaku moral.

Berdasarkan hasil data penelitian di lapangan juga di ketahui bahwa Generasi Z di Desa Karduluk memiliki tingkat intensitas dan partisipasi yang

tinggi dalam mengonsumsi Konten Dakwah TikTok, di mana mayoritas responden menonton 3–5 kali seminggu selama 30–60 menit per sesi, sekaligus aktif memberikan tanda suka, komentar, dan berbagi. Temuan ini menegaskan bahwa TikTok telah dimanfaatkan secara aktif (*Uses*) oleh Gen Z sebagai media alternatif untuk memperoleh pengetahuan dan pemahaman keagamaan, karena menyajikan konten yang ringan, aplikatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Fenomena ini sejalan dengan Teori *Uses and Effects* yang menekankan audiens memiliki tujuan spesifik saat menggunakan media. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya aspek situasional dalam konsumsi, ditandai dengan sebagian kecil responden yang masih menonton secara tidak sengaja (*random exposure*), menunjukkan bahwa kesadaran religius mereka masih dipengaruhi oleh algoritma. Secara keseluruhan, TikTok terbukti menjadi jembatan baru yang efektif dalam menarik perhatian generasi muda terhadap nilai-nilai Islam, namun memerlukan penguatan spiritual agar dampak positifnya benar-benar termanifestasi dalam perilaku moral sehari-hari.

### C. Analisis dan Pengujian Data

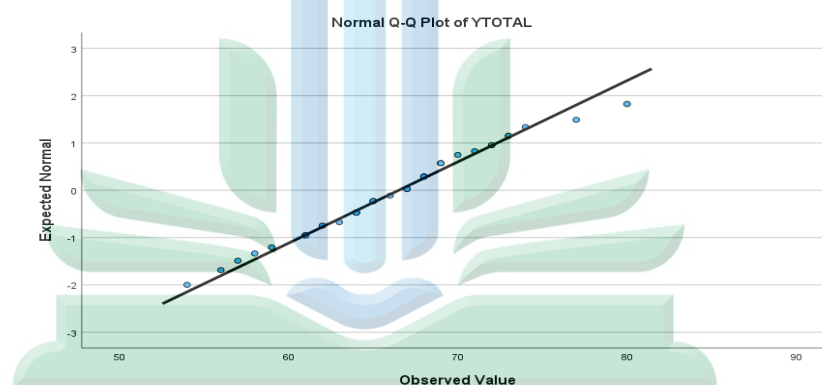
#### 1. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik sebagai metode untuk mengevaluasi kualitas model regresi yang dikembangkan. Uji asumsi klasik yang diterapkan adalah:

#### a. Uji Normalitas

Untuk memastikan variabel independen dan dependen dalam model regresi terdistribusi normal, uji normalitas dilakukan. Model regresi yang baik harus memiliki data yang terdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan grafik normal *probability plot*. Hasil uji normalitas menggunakan grafik normal *probability plot* adalah:

**Gambar 4.6 Grafik Normal Probability Plot**



Sumber SPSS 2025

Berdasarkan hasil SPSS, grafik normal *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada uji ini berdistribusi normal.

#### b. Uji heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas membantu menentukan apakah terdapat varians yang tidak sama pada residual di berbagai observasi

dalam suatu model regresi. Dalam suatu model regresi, tidak adanya heteroskedastisitas diindikasikan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Di sisi lain, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, terdapat heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk memeriksa heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji yang berasal dari analisis data dengan program SPSS, seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.943	.312	3.024	.004		
	X	-.009	.008	-.181	.245	1.000	1.000

a. Dependent Variable: abs2

Sumber SPSS 2025

Berdasarkan tabel tersebut dinyatakan uji heteroskedastisitas pada model regresi menunjukkan tidak terjadinya heteroskedastisitas karena nilai signifikansi intensitas menonton konten dakwah TikTok sebesar 0,245 lebih besar dari 0,05.

Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi yang dibentuk adalah konsisten dan efisien (Homoskedastisitas). Keragaman faktor-faktor di luar TikTok yang memengaruhi Prilaku Moral Generasi Z bersifat stabil dan tidak berubah-ubah seiring peningkatan atau penurunan paparan terhadap konten dakwah. Dengan terpenuhinya asumsi ini, keabsahan statistik dari perhitungan Uji-T dan Koefisien



Determinasi terjamin, sehingga temuan mengenai pengaruh signifikan intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Gen Z valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

c. Uji linearitas

Uji linearitas digunakan untuk memastikan apakah setiap variabel independen memiliki pola hubungan yang lurus atau tidak dengan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan dua cara yaitu:

Pertama dengan melihat nilai signifikansi pada output SPSS. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X dengan variabel Y. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel X dengan variabel Y.

Kedua membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F pada tabel. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat dinyatakan linear. Sebaliknya, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , berarti hubungan keduanya tidak bersifat linear.

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Hasil Uji Linearitas****ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
X * y	Between Groups	(Combined)	799.686	20	39.984	2.062	.051
		Linearity	426.121	1	426.121	21.980	.000
		Deviation from Linearity	373.565	19	19.661	1.014	.483
Within Groups			426.500	22	19.386		
Total			1226.186	42			

Sumber SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji linieritas dari tabel diatas adalah sebagai berikut:

Pertama : Diperoleh nilai signifikansi = 0,483 > 0,05 yang artinya terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dengan variabel kualitas penggunaan (*usability*)

Kedua : Berdasarkan nilai F diketahui bahwa variabel independen memiliki nilai  $f_{hitung} 1,014 < f_{tabel} 4.08$  sehingga dapat disimpulkan data bersifat linear dan uji regresi dapat dilanjutkan

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hubungan linier antara satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Asumsi garis lurus ini menyiratkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat bersifat proporsional. Oleh karena itu, karena penelitian ini hanya memiliki satu variabel bebas,

regresi linier sederhana dianggap sebagai metode yang paling tepat. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier sederhana, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:  $Y = a + bX$ .

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	48.551	5.008		9.695
	INTENSITAS MENONTON KONTEN DAKWAH TIKTOK	.449	.124	.493	3.631
					<.001

a. Dependent Variable: PRILAKU MORAL GENERASI Z

Sumber SPSS 2025

Berdasarkan analisis regresi linier sederhana dari tabel di atas, koefisien untuk variabel independen intensitas menonton konten dakwah TikTok (X) adalah 0,449 dan konstanta (a) adalah 48,551. Dengan demikian, model regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:  $Y = 48,551 + 0,449X$ .

Dari model persamaan regresi linier sederhana di atas, kita dapat memahami hal berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 48.551 menunjukkan jika intensitas menonton konten dakwah TikTok bersifat konstan (tidak berubah) maka pengukuran perilaku moral Generasi Z adalah sebesar 48.551.

2) Koefisien intensitas menonton konten dakwah TikTok (X) sebesar 0.449 menjelaskan bahwa intensitas menonton konten dakwah TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku moral Generasi Z. Hal ini berarti jika semakin sering nonton konten dakwah TikTok, maka cenderung dapat meningkatkan perilaku moral Generasi Z.

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana, diketahui bahwa koefisien regresi (b) bernilai positif sebesar 0,449. Temuan ini mengindikasikan adanya keterkaitan yang searah antara variabel Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok (X) dengan Perilaku Moral Generasi Z (Y). Makna dari koefisien positif tersebut ialah bahwa semakin sering Gen Z terpapar konten dakwah di TikTok, semakin tinggi pula kecenderungan mereka menunjukkan perilaku dan sikap moral yang lebih baik.

Interpretasi ini memperlihatkan bahwa nilai-nilai moral keagamaan dapat disampaikan dengan efektif melalui media yang dekat dengan kehidupan generasi muda. Dengan kata lain, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga mampu menjadi sarana penyampai pesan keagamaan yang berdampak. Setiap kenaikan satu unit pada variabel X diperkirakan akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,449 unit.

b. Uji T (persial)

Uji T parsial adalah uji statistik untuk koefisien regresi, yang berfokus pada satu koefisien yang memengaruhi Y. Uji ini menggunakan uji-t. Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{table}$  ( $\alpha$ ;  $n-k$ ) atau probabilitasnya kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ( $H_a$  diterima). Sebaliknya, jika nilai  $t$  kurang dari nilai  $t_{table}$  ( $\alpha$ ;  $n-k$ ) atau probabilitasnya di atas 0,05, variabel tersebut dianggap tidak signifikan ( $H_a$  ditolak).

Hasil uji hipotesis parsial dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.7 Hasil Uji T (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error			Beta
1	(Constant)	48.551	5.008		9.695	<,001
	INTENSITAS MENONTON KONTEN DAKWAH TIKTOK	.449	.124	.493	3.631	<,001

a. Dependent Variable: PRILAKU MORAL GENERASI Z

Sumber SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji-T sebagaimana dijelaskan di atas, ditemukan adanya pengaruh variabel X (intensitas menonton konten dakwah TikTok) terhadap variabel Y (prilaku moral Generasi Z). Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  (3,631) > dari pada nilai  $t_{tabel}$  (1,680), dan nilai probabilitasnya sebesar 0,001, < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas menonton konten dakwah

TikTok berpengaruh signifikan terhadap perilaku moral Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_o$ ) ditolak.

Diterimanya Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ), yang didasarkan pada nilai  $t_{hitung}$  (3,631) yang jauh melampaui  $t_{tabel}$  (1,680) dan Sig. (0,001)  $< 0,05$ , mengkonfirmasi signifikansi pengaruh secara statistik.

Naratif utamanya adalah bahwa pengaruh ini bukan kebetulan, melainkan hasil dari proses kognitif dan afektif yang bekerja pada Gen Z. Hal ini sesuai dengan Teori *Uses and Effects*, di mana Gen Z secara aktif mencari konten keagamaan (*Uses/Kebutuhan*), dan format TikTok yang ringkas serta visual menciptakan efek persuasi yang tinggi.

c. Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien berkisar antara 0 hingga 1. Jika koefisien mendekati 1, dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel. 4.8 Hasil uji hipotesis determinasi (*R Square*)**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493 <sup>a</sup>	.243	.225	5.12423

a. Predictors: (Constant), INTENSITAS MENONTON KONTEN DAKWAH TIKTOK

Sumber SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji hipotesis determinasi, dapat dipahami bahwa dampak intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z adalah 0,243. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku moral Generasi Z (Y) dapat dijelaskan oleh intensitas menonton konten TikTok sebesar 24,3%, atau dengan kata lain, kontribusi intensitas menonton konten dakwa TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z sebesar 24,3 sementara sisanya sebesar 75,7% merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,243 atau 24,3%, memberikan narasi bahwa seperempat dari total variasi perilaku moral Generasi Z dapat dijelaskan secara parsial oleh variabel tunggal, yaitu paparan terhadap konten dakwah TikTok.

Meskipun pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terbukti signifikan (berdasarkan Uji-T), kontribusinya berada pada tingkat cukup besar (24,3%) namun tidak dominan. Angka ini

menunjukkan bahwa TikTok berfungsi sebagai salah satu faktor kuat namun bukan faktor utama dalam membentuk perilaku moral Gen Z. Keberadaan pengaruh positif sebesar 24,3% ini sudah cukup untuk menegaskan bahwa platform digital tidak lagi bebas nilai dan memiliki peran strategis dalam edukasi agama.

Sisa sebesar 75,7% (100% - 24,3%) dari variasi nilai-nilai moral Generasi Z dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini. Secara naratif, persentase 75,7% yang besar ini memberikan konteks penting:

- 1) Perilaku moral adalah konstruksi kompleks yang mayoritas dipengaruhi oleh lembaga tradisional seperti keluarga, lingkungan sosial primer, dan pendidikan agama formal.
- 2) Intensitas menonton konten dakwah TikTok (X) berperan sebagai pendukung perilaku moral digital atau faktor yang menguatkan nilai-nilai yang sudah ditanamkan di lingkungan utama.

Dengan demikian, skripsi ini menyimpulkan bahwa intensitas menonton konten dakwah TikTok telah memberikan kontribusi nyata sebesar 24,3% terhadap perilaku moral Gen Z, membuktikan efektivitas dakwah kontemporer, meskipun faktor-faktor tradisional tetap memiliki peran yang lebih besar.



#### D. Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian ini akan diuraikan menggunakan dua kerangka teori utama: Teori *Uses and Effects* dan Teori Kognitif Sosial (*Social Cognitive Theory/SCT*). Teori *Uses and Effects* digunakan untuk menguji korelasi Uses (Penggunaan Aktif Media oleh Gen Z) terhadap Effects (Dampak Moral), yang menghasilkan konsep *Conseffect*. Sementara itu, SCT berfungsi menjelaskan mekanisme internalnya, berfokus pada peran da'i TikTok sebagai Model Simbolik yang memicu belajar observasional dan peningkatan *Self-Efficacy* remaja. Dengan mengombinasikan kedua teori ini, pembahasan akan memberikan analisis komprehensif mengenai signifikansi pengaruh media dan proses internalisasi perilaku moral Gen Z di Desa Karduluk

Berdasarkan hasil analisis penyajian data mengenai "Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok Terhadap Prilaku Moral Generasi Z Di Desa Karduluk Kabupaten Sumenep" memperoleh hasil sebagai berikut:

##### **1. Apakah Ada Pengaruh Signifikan dari Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok Terhadap Prilaku Moral Generasi Z di Desa Karduluk**

Tingginya pengaruh yang ditemukan didahului oleh tingkat intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat intensitas penggunaan konten dakwah TikTok oleh Generasi Z di Desa Karduluk tergolong tinggi. Rata-rata

responden memiliki frekuensi menonton konten dakwah 3–5 kali dalam seminggu dengan durasi rata-rata 30–60 menit setiap sesi.

Tingginya intensitas tersebut mencerminkan bahwa Generasi Z di Desa Karduluk aktif dalam memanfaatkan media sosial (*Uses*) untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan informasi keagamaan mereka, sekaligus menunjukkan bahwa dakwah digital berhasil menembus batas geografis masyarakat pedesaan. Selain itu, tingkat partisipasi dan interaksi (seperti *like*, komentar, dan *share*) terhadap konten dakwah juga tergolong tinggi.

Bukti adanya pengaruh yang signifikan dari intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk ditunjukkan berdasarkan hasil data yang diperoleh melalui penghitungan pada SPSS sebagaimana di jelaskan pada tabel hasil Uji T sebagai berikut.

**Tabel 4.9 Hasil Uji T (Parsial)**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	48.551	5.008		9.695	<,001
	INTENSITAS MENONTON KONTEN DAKWAH TIKTOK	.449	.124	.493	3.631	<,001

a. Dependent Variable: PRILAKU MORAL GENERASI Z

Sumber SPSS 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi melalui Uji-T (Parsial) yang dilakukan menggunakan SPSS, penelitian ini secara tegas membuktikan

adanya pengaruh positif dan signifikan antara intensitas menonton konten dakwah di TikTok (Variabel X) dengan perilaku moral Generasi Z (Variabel Y) di Desa Karduluk. Konfirmasi ini didukung oleh perbandingan yang jelas antara nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,631 yang jauh melampaui  $t_{tabel}$  sebesar 1,680. Secara lebih krusial, nilai signifikansi (Sig. 0,001) yang berada di bawah ambang batas 0,05 menjadi bukti kuat bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Selain itu, nilai koefisien regresi positif sebesar 0,449 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan frekuensi remaja dalam mengakses konten dakwah secara konsisten akan berkorelasi positif dengan perbaikan pada tingkat pemahaman dan aplikasi nilai-nilai moral mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Signifikansi statistik ini secara langsung mendukung kerangka Teori *Uses and Effects*, khususnya pada konsep *Conseffect*. Pengaruh positif (koefisien 0,449) dan signifikan (Sig. 0,001) membuktikan bahwa dampak pada perilaku moral (*Effect*) tidak semata-mata dipicu oleh isi konten dakwah itu sendiri, melainkan merupakan hasil gabungan dari aktivitas penggunaan media yang tinggi (*Uses*) oleh Generasi Z. Konsep *Conseffect* menekankan bahwa perilaku moral yang membaik adalah hasil dari interaksi aktif, di mana audiens tidak lagi pasif, melainkan secara sengaja memilih dan mengonsumsi pesan dakwah yang relevan dengan kebutuhan spiritual dan etika mereka. Temuan ini memperlihatkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, bagi Generasi Z di Desa Karduluk, telah bertransformasi dari sarana hiburan murni

menjadi medium yang memiliki potensi kuat dalam membentuk karakter dan perilaku moral.

Mekanisme bagaimana interaksi *Uses* dan *Effect* ini mengubah perilaku moral dapat dijelaskan lebih lanjut melalui Teori Kognitif Sosial (*Social Cognitive Theory/SCT*) dari Albert Bandura. SCT menekankan peran observasi dan pemodelan (*modeling*) dalam proses pembelajaran. Dalam konteks ini, konten dakwah TikTok berfungsi sebagai Model Simbolik yang efektif. Para da'i modern yang memanfaatkan platform ini bertindak sebagai model perilaku moral, menampilkan contoh-contoh praktis tentang adab pergaulan, etika digital, dan sopan santun. Generasi Z yang aktif memilih konten tersebut (*Uses*) kemudian secara kognitif memproses dan melakukan belajar observasional untuk meniru perilaku yang diperagakan (*Effect*). Selain itu, konten yang inspiratif meningkatkan *Self-Efficacy* remaja yaitu keyakinan bahwa mereka mampu melakukan perubahan moral. Proses internalisasi dan peniruan perilaku inilah yang menjadi jembatan konkret antara aktivitas menonton dan dampak moral positif, seperti yang dijelaskan dalam SCT.

Selain itu, tingginya intensitas menonton konten dakwah TikTok oleh Generasi Z di Desa Karduluk juga dapat dianalisis melalui lensa Teori Budaya (*Cultivation Theory*). Teori ini berpendapat bahwa paparan media secara konsisten dan dalam jangka panjang dapat membentuk persepsi dan pandangan audiens tentang realitas sosial. Dalam konteks ini, Generasi Z yang secara rutin menonton konten dakwah (frekuensi

kali seminggu dengan durasi menit) mengalami 'kultivasi' nilai-nilai moral. Konten dakwah TikTok yang konsisten menyajikan pesan tentang empati, kejujuran, adab pergaulan, secara berulang berfungsi membangun *mean world syndrome* yang positif yaitu, pandangan bahwa dunia sosial di sekitar mereka harus didasarkan pada etika dan moralitas Islam. Paparan yang intens ini membuat pesan moral tersebut terinternalisasi sebagai norma sosial yang dominan, sehingga secara bertahap memengaruhi perilaku mereka dalam kehidupan nyata. Dengan kata lain, TikTok, melalui akumulasi pesannya, menciptakan 'realitas' moral yang kemudian dicerminkan dalam perilaku Generasi Z di Desa Karduluk, dari minimalisasi berkata kotor hingga peningkatan partisipasi kegiatan keagamaan.

Secara empiris, pengaruh signifikan yang dibuktikan melalui Uji-T tersebut terefleksi secara nyata dalam perubahan perilaku Generasi Z di Desa Karduluk. Salah satu manifestasi paling jelas adalah keberhasilan dalam minimalisasi kebiasaan buruk. Observasi lapangan menunjukkan bahwa kebiasaan berkata kotor dan menggunakan bahasa yang tidak pantas sudah mulai jarang terdengar. Demikian pula, perilaku kurang sopan di tempat umum yang sebelumnya mungkin sering terjadi kini jarang terlihat. Yang lebih penting, adanya terbenahnya kasus *bullying* dan berkurangnya pelanggaran aturan desa merupakan indikator kuat bahwa internalisasi nilai-nilai seperti empati, kejujuran, dan kesopanan yang disampaikan melalui konten dakwah mulai membentuk etika sosial

remaja. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang relevan dengan realitas kehidupan remaja khususnya yang berisi nasihat praktis tentang adab pergaulan, pentingnya menghormati orang tua, menghindari ghibah dan menjaga lisan di media sosial jauh lebih efektif dibandingkan konten yang bersifat terlalu teoritis atau dogmatis.

Selain minimalisasi perilaku negatif, pengaruh signifikan konten dakwah TikTok juga memicu peningkatan perilaku positif dan partisipasi sosial-keagamaan. Generasi Z yang terpapar konten dakwah kini menunjukkan keaktifan yang meningkat dalam kegiatan positif komunal. Contohnya termasuk keterlibatan dalam gotong royong, kesediaan untuk menjadi pengurus RK (Rukun Kifayah), keanggotaan aktif dalam Remaja Masjid (Remas), hingga inisiatif mengikuti kajian moralitas yang bertujuan untuk mendalami pengetahuan etika dan agama. Perubahan ini menggaris bawahi bahwa konten dakwah yang dikemas dengan gaya santai, humoris, dan visual menarik telah berhasil memotivasi kalangan muda untuk tidak hanya mengonsumsi pesan secara pasif, tetapi juga menerjemahkannya menjadi tindakan nyata yang bermanfaat bagi komunitas.

Temuan bahwa intensitas menonton konten dakwah di TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku moral Generasi Z sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lutfiana Allisa (2023) yang juga menemukan adanya hubungan positif antara dakwah di media sosial dengan tingkat religiusitas remaja. Meskipun penelitian terdahulu

berfokus pada dimensi keyakinan dan ketaatan ibadah (religiusitas), sementara penelitian ini berfokus pada perilaku moral (etika dan tindakan sehari-hari), adanya tren hasil yang serupa semakin memperkuat argumen bahwa TikTok adalah media dakwah yang efektif. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan memperluas pemahaman dampak dari aspek religiusitas ke aspek perilaku moral, memberikan bukti tambahan bahwa TikTok berperan sebagai media yang kuat dalam menginternalisasi nilai-nilai keagamaan hingga membentuk karakter dan etika sosial audiensnya.

Meskipun Uji-T membuktikan adanya pengaruh signifikan, namun dampak positif dakwah digital ini bersifat kondisional. Hal ini terlihat dari adanya sebagian kecil responden yang belum merasakan perubahan perilaku moral yang signifikan, meskipun sering menonton. Fenomena ini disebabkan oleh faktor-faktor seperti kurangnya konsistensi, rendahnya pemahaman terhadap isi pesan, atau kecenderungan menjadikan konten dakwah hanya sebagai hiburan semata. Dengan demikian, perubahan perilaku moral adalah proses internal yang rumit, mengingat moral berasal dari dalam individu, sehingga memerlukan kesadaran dari dalam (hati) masing-masing. Oleh karena itu, konten dakwah TikTok berfungsi sebagai katalisator yang efektif, tetapi efektivitas maksimalnya tetap bergantung pada keseriusan pengguna dalam mengamalkan pesan serta membutuhkan tindak lanjut



dan dukungan dari tokoh agama, guru, dan terutama orang tua, untuk memastikan pesan di media digital terapkan dalam kehidupan nyata.

## 2. Seberapa Besar Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok Terhadap Perilaku Moral Generasi Z di Desa Karduluk?

Besarnya pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk diukur melalui Uji Koefisien Determinasi (*R Square*) sebagai berikut:

**Tabel. 4.10 Hasil uji hipotesis determinasi (*R Square*)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493 <sup>a</sup>	.243	.225	5.12423

a. Predictors: (Constant), INTENSITAS MENONTON KONTEN DAKWAH TIKTOK

Sumber SPSS 2025

Pembahasan mengenai besaran kontribusi variabel intensitas menonton konten dakwah TikTok (X) terhadap perilaku moral Generasi Z (Y) diperoleh dari hasil uji koefisien determinasi. Berdasarkan tabel 5.2, diperoleh nilai Koefisien Determinasi (*R Square*) sebesar 0,243. Nilai ini menunjukkan bahwa intensitas menonton konten dakwah TikTok berpengaruh dan mampu menjelaskan variasi perilaku moral Generasi Z sebesar 24,3%. Sementara itu, sisa 75,7% merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti pengaruh keluarga, lingkungan sosial primer, institusi pendidikan, tokoh agama, dan faktor



psikologis individu. Temuan besaran pengaruh ini secara tegas konsisten dengan asumsi dasar Teori *Uses and Effects*. Teori ini tidak pernah mengklaim bahwa efek media bersifat dominan, melainkan menekankan bahwa dampak (*Conseffect*) adalah hasil interaksi (*Uses dan Effect*) yang bersifat parsial, sebab moral adalah konstruksi yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial tradisional. Angka 75,7% secara teoretis mencerminkan peran dominan dari faktor non-media tersebut.

Besarnya kontribusi parsial 24,3% juga diperkuat oleh Teori Kognitif Sosial (SCT) melalui konsep Determinisme Timbal Balik Triadik. Pengaruh media terjadi melalui mekanisme pemodelan dan peningkatan efikasi diri yang efektif, tetapi pengaruh ini harus berinteraksi secara timbal balik dengan faktor lingkungan yang lebih besar (75,7%), yaitu lingkungan sosial tradisional dan faktor kognitif/pribadi (keseriusan dan kemampuan reflektif pengguna). Dengan kata lain, media (TikTok) bertindak sebagai katalisator perilaku moral digital yang signifikan, namun keberhasilan internalisasi nilai-nilai (dari modeling ke perilaku nyata) sangat bergantung pada penguatan dan dukungan yang diberikan oleh sistem lingkungan yang lebih besar. Oleh karena itu, penelitian ini membuktikan bahwa meskipun TikTok bukan faktor penentu tunggal, pengaruhnya sebesar 24,3% sudah cukup untuk menegaskan peran strategisnya sebagai medium dakwah yang efektif dalam meningkatkan perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk.

koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 24,3% ini juga memberikan wawasan penting yang selaras dengan Teori Budaya (*Cultivation Theory*). Meskipun pengaruh yang disumbangkan oleh media (TikTok) terlihat parsial, Teori Budaya menekankan bahwa dampak media seringkali kumulatif dan incremental bukan bersifat mendadak, melainkan membangun pandangan dunia secara bertahap. Kontribusi 24,3% ini merepresentasikan kekuatan media dalam mengolah (mengkultivasi) nilai-nilai moral dalam jangka waktu tertentu. Bagi Generasi Z di Desa Karduluk, paparan konten dakwah TikTok yang intensif telah membentuk *mean world* yang sarat dengan nilai-nilai agama, yang kemudian dianggap sebagai realitas sosial yang harus mereka ikuti. Pengaruh ini, meskipun tidak dominan (75,7% sisa faktor), adalah *sistematis* dan signifikan dalam membentuk kerangka berpikir moral. Dengan kata lain, adalah kontribusi yang kuat untuk sebuah faktor tunggal, menegaskan bahwa media telah berhasil menanamkan persepsi moral yang memicu perubahan perilaku nyata, meskipun implementasi akhirnya tetap membutuhkan dorongan dari lingkungan (faktor).

Selain itu, konten dakwah TikTok yang efektif adalah yang relevan dengan realitas kehidupan remaja, bukan yang bersifat terlalu teoritis atau dogmatis. Materi yang paling berpengaruh adalah nasihat praktis tentang adab pergaulan, menghormati orang tua, menghindari *ghibah*, dan menjaga lisan di media sosial.

Efektivitas konten ini dalam memicu *Conseffect* positif terlihat pada perubahan perilaku nyata Generasi Z di Desa Karduluk. Perubahan ini mencakup meminimalisir kebiasaan buruk seperti berkata kotor, kurang sopan di tempat umum, pelanggaran aturan desa, dan terutama terbenahnya bullying. Sejalan dengan Teori Kognitif Sosial (SCT), remaja telah berhasil melakukan tahapan reproduksi (penerapan) perilaku yang diamati dari model dakwah. Bukti paling kuat dari keberhasilan internalisasi ini adalah ketika Gen Z tidak hanya menghindari perilaku negatif, tetapi juga aktif mengikuti kegiatan positif, seperti gotong royong, menjadi pengurus RK (Rukun Kifayah), anggota remas, dan mengikuti kajian moralitas. Aktivitas ini menunjukkan adanya peningkatan efikasi diri dan keinginan untuk mencari lingkungan yang mendukung pemeliharaan moral yang baru (mencari kajian moral).

Namun demikian, hasil penelitian ini juga menyoroti pentingnya tindak lanjut. Perubahan perilaku moral, yang berasal dari dalam diri individu, masih membutuhkan penguatan eksternal. Sifat parsial pengaruh media (24,3%) dan temuan bahwa sebagian kecil responden belum merasakan perubahan signifikan disebabkan oleh kurangnya konsistensi, rendahnya pemahaman, dan menjadikan konten sebagai hiburan menegaskan bahwa *Conseffect* tidak terjadi secara otomatis. Dalam konteks SCT, ini berarti bahwa meskipun ada *Uses* (menonton), terjadi kegagalan pada tahapan retensi (pemahaman) dan reproduksi (pengamalan). Oleh karena itu, diperlukan bimbingan aktif dari tokoh

agama, guru, dan orang tua. Bimbingan ini harus memastikan bahwa remaja tidak hanya mengonsumsi konten dakwah secara pasif, tetapi mampu melakukan refleksi mendalam dan mengaplikasikan pesan keislaman tersebut dalam kehidupan nyata, sehingga menjembatani kesenjangan 75,7% faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan tradisional dan faktor internal.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, yang berfokus pada “Pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk, Kabupaten Sumenep”, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa intensitas menonton konten dakwah di TikTok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk, didukung oleh hasil Uji-T dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,631 yang jauh melampaui  $t_{tabel}$  sebesar 1,680. Dan nilai signifikansi 0,001 dan koefisien regresi positif 0,449. Analisis teoritis menunjukkan bahwa pengaruh ini terintegrasi dengan baik dalam dua kerangka teori: Teori *Uses and Effects* (Konsep *Conseffect*) menjelaskan bahwa peningkatan moral (*Effect*) adalah hasil dari penggunaan media (*Uses*) yang aktif dan disengaja oleh audiens dalam mencari pesan spiritual, bukan sekadar penerimaan pasif. Sementara itu, Teori Kognitif Sosial (SCT) menjelaskan mekanismenya, di mana *da'i* modern di TikTok berfungsi sebagai Model Simbolik yang memicu belajar observasional dan peniruan perilaku moral yang ditampilkan, yang kemudian meningkatkan *Self-Efficacy* remaja untuk berubah. Secara empiris, integrasi teori ini terlihat dari minimalisasi perilaku negatif (misalnya, berkurangnya kata-kata kotor dan kasus

*bullying*) dan peningkatan perilaku positif (misalnya, partisipasi aktif dalam kegiatan Remaja Masjid). Meskipun konten dakwah berperan sebagai katalisator yang efektif, namun efektivitas maksimalnya bergantung pada keseriusan pengguna dalam mengamalkan pesan serta membutuhkan dukungan tindak lanjut dari lingkungan sosial.

2. Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa intensitas menonton konten dakwah TikTok berkontribusi signifikan sebesar 24,3% terhadap perilaku moral Generasi Z, menyisakan 75,7% sebagai pengaruh dari faktor lingkungan tradisional. Besaran pengaruh parsial ini konsisten dengan Teori *Uses and Effects*, yang melalui konsep *Conseffect*, menekankan bahwa dampak moral (Effect) bukanlah hasil dominan, melainkan interaksi dari penggunaan media yang aktif (*Uses*) oleh Generasi Z. Kontribusi 24,3% ini menjelaskan peran strategis TikTok sebagai medium dakwah yang efektif. Sementara itu, mekanisme perubahan moral dijelaskan oleh Teori Kognitif Sosial (SCT); di sini, di TikTok bertindak sebagai model simbolik yang memicu belajar observasional, yang kemudian meningkatkan *Self-Efficacy* remaja untuk meniru perilaku baik. Analisis SCT diperkuat oleh konsep Determinisme Timbal Balik Triadik, yang menunjukkan bahwa keberhasilan internalisasi nilai-nilai (dari observasi hingga reproduksi perilaku nyata seperti berkurangnya *bullying* dan aktif di Remaja Masjid) sangat bergantung pada interaksi timbal balik dengan faktor lingkungan yang lebih besar (75,7%) dan faktor kognitif pribadi. Oleh karena itu, meskipun

TikTok adalah katalisator yang kuat, efektivitas maksimalnya menuntut tindak lanjut dan bimbingan eksternal untuk menjembatani kesenjangan 75,7% tersebut, memastikan pesan yang dikonsumsi tidak hanya berhenti sebagai hiburan, tetapi diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh intensitas menonton konten dakwah tiktok terhadap perilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk Kabupaten Sumenep”. Peneliti memperoleh temuan yang dapat dijadikan bahan masukan kedepannya, diantaranya:

### 1. Bagi Generasi Z di Desa Karduluk

Diharapkan Generasi Z di Desa Karduluk disarankan untuk menggunakan platform TikTok secara lebih strategis dan bertanggung jawab. Jangan hanya menjadikan konten dakwah sebagai hiburan pasif, tetapi jadikan sebagai model simbolik (sesuai Teori Kognitif Sosial) dengan meniru dan mengaplikasikan nasihat praktis yang relevan terutama mengenai menghormati orang tua, adab pergaulan, menghindari *ghibah*, dan menjaga lisan untuk memperkuat *Self-Efficacy* moral. Selain itu, mengingat 75,7% perilaku moral dipengaruhi oleh lingkungan non-media, Gen Z harus aktif mencari penguatan eksternal, serta menjadikan pesan-pesan digital tersebut menjadi tindakan nyata, sehingga nilai-nilai yang dipelajari dapat dipertahankan dan diaplikasikan secara konsisten dalam kehidupan sehari-hari.

## 2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Diharapkan dapat melakukan studi jangka panjang (*longitudinal*) untuk mengukur apakah perubahan perilaku moral yang disebabkan oleh TikTok bersifat permanen atau hanya sementara. Penelitian masa depan juga dapat ditingkatkan dengan melakukan kajian komparatif untuk membandingkan efektivitas TikTok dengan platform media sosial lain atau metode dakwah tradisional.





## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia Riska, “*Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten TikTok*”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021).
- Allisa Lutfiana , *Pengaruh Dakwah di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak*, Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 7. No. 1, January 2023
- Adi La, *Konsep Dakwah dalam Islam*, Jurnal Pendidikan Ar-Rashid Vol.7 No. 3
- Agusman, Hanif Muhammad, *Konsep dan Pengembangan Metode Dakwah di Era Globalisas*, Vol 4, No 2, 2021
- Adica. (2022). “Generasi Z berdasarkan Teori Generasi”. Diakses dari <https://www.silabus.web.id/generasi-z-berdasarkan-teori-generasi/>, desember 2024
- Affandi Nofri, Ginting Rahmanita, Saleh Arifin, *Pengaruh Program Kabar Pandemi Corona tvOne Terhadap Peningkatan Literasi Media Masyarakat Kota Medan di Era Digital*, Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 7. No. 1, January 2023,
- Bungin Burhan, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006),
- B Hakima Firdayanti, Eka Yunita Puteri, “*Persepsi, Pengambilan Keputusan, Konsep diri dan Values*, Jurnal Ilmiah Pascasarjana”, Vol. 1, No.3, Des 2021,
- CNN Indonesia, “Indonesia Pengguna TikTok Terbanyak kalahkan AS hingga Rusia” <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20241007094807-192-1152374/indonesia-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-kalahkan-as-hingga-rusia>, Senin 07, Oktober 2024, 10.45 WIB
- Dewanta AANBJ, *Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia* Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia Vol 9 No 2, Oktober 2020
- Dwi Prakoso Dwi Prakoso, “*Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islami di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame*”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020).
- Djuarsa Sendjaja Sasa, “*Materi Pokok Teori Komunikasi*”, (Jakarta: ,Depdikbud, 1994),

- Febrianingrum Nadila, *“Pengaruh Konten TikTok Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Medan Mengikuti Program Vaksinasi Covid-19”*, (Skripsi: Universitas Sumatera Utara, 2021).
- Fadilah Amin Nur, *Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian*, Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Volume 14 , No. 1, Juni 2023
- Hudi Ilham, *Pengaruh pengetahuan moral terhadap prilaku moral pada siswa SMP Negeri Kota Pekan Baru berdasarkan didikan pendidikan orang tua*, J urnal moral kemasyarakatan, Vol 2, No 1, Juni 2017
- Indiria Lintang, “10 Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024” <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>, Senin,2 September 2024, 17.00 WIB
- Indarti Tiyas *“Peran Aplikasi TikTok Berkonten Islami Dalam Meningkatkan Prilaku Keagamaan Remaja di Desa Panjeng Jenengan Ponorogo”* (Skripsi: IAIN Ponorogo,2024)
- Janisa Kusumawati, Junaedi Achmad Sitika *“ Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok sebagai media dakwah islam bagi generasi Z”*Vol 11 No 3 Juli 2024
- Kamil Rusdan dan laksmi, *"generasi z, pustakawan dan vita activa kepustakawanan,"* baca: jurnal dokumentasi dan informasi special issue festschrift for blasius sudarsono, 1119, 2023
- Marini Riska, *“Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah”*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden IntanLampung,2019)
- Munir M., dkk, *Metode Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2009)
- Malimbe Armylia, *Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado* Jurnal Ilmiah Society, Vol 1, No. 1, 2021.
- Marthanya, *Pengertian Populasi dan sampel*, (Yogyakarta:Alfabeta,2017)
- Mamang Sangadji Etta, *“Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian”*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013)
- NU Online <https://quran.nu.or.id/al-anfal/24>
- Prasetio Eka Nugroho *“Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Siswa Kelas Ix Di Mts Mathla’ul Anwar Jatiuwung Kota Tangerang”* (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024)

- Prianbodo Bagus, “*Pengaruh TikTok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya*” (Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya, 2018)
- Qadaruddin Abdullah Muhammad, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (CV. Penerbit Qiara Media, 2019)
- Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/quran/perayat/surah/3?from=104&to=104>
- Santri Digital, “20 Hadits Pendek Tentang Dakwah yang Mudah dihafal” <https://santridigital.id/20-hadits-pendek-tentang-dakwah-yang-mudah-dihafal/>
- Sunggono Bambang, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997),
- Satori Djam'an dan Komaria Aan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017),
- Sasmita Eli, *Ruang Lingkup Perkembangan Moral Siswa di Sekolah Dasar*, Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, Vol 08 No 01, Juni 2023
- Suwarsa Toto, Rahmadani Hasibuan Aicha “ *Pengaruh pajak restoran dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah kota padangsidempuan*” Vol 24 No 2 November 2021 h.75
- Sugiyono, *metode peneitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008)
- Sahir Hafni Syafrida, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021).
- Tausikal Abduh Muhammad. “*Hadits Arbain #18: Takwa, Mengikutkan Kejelekan dengan Kebaikan, dan Berakhlak Mulia*” 15 Desember 2018 <https://rumaysho.com/19209-hadits-arbain-18-takwa-mengikutkan-kejelekan-dengan-kebaikan-dan-berakhlak-mulia.html>
- Usman Husaini dan Setiady Akbar Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)
- Yanuardianto Elga, “*TEORI KOGNITIF SOSIAL ALBERT BANDURA (Studi Kritis dalam Menjawab Problem Pembelajaran di MI)*, Jurnal Auladuna, Vol. 01. No. 02. Oktober 2019,
- Yusuf Muslih Heri, Loita Aini, Siti Nurjanah Dea, “*Jurnal PAUD Agapedia*”, Vol.6 No. 1 Juni 2022

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ach Jazuli Mahdi  
 NIM : 212103010037  
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
 Fakultas : Dakwah  
 Instansi : Universitas Islam Negeri Kai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya jika dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundangan-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R

Jember, 01 November 2025

Saya yang menyatakan



Ach Jazuli Mahdi

NIM. 212103010037

### Lampiran 1. Matrix dan Skema Penelitian

Judul	Variabel	Sub/Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok Terhadap Prilaku Moral Generasi Z di Desa Karduluk Kabupaten Sumenep	1. Intensitas menonton konten dakwah TikTok  2. Prilaku moral Generasi Z	-Intensitas paparan media  -Penerimaan pesan  -Pengertian moralitas -Pengetahuan moral ( <i>Moral Knowing</i> )  -Prilaku moral -Faktor yang berpengaruh pada perkembangan moral	-Frekuensi dan durasi akses TikTok -Paparan dan intraksi dengan konten dakwah -Diskusi dan pertukaran pendapat mengenai konten dakwah -Keyakinan dan kepatuhan terhadap pesan dakwah -Toleransi Interpersonal -Kematangan Emosional -Kepatuhan norma dan partisipasi sosial -Kepedulian terhadap isu moral -Konsistensi antara perkataan dan perbuatan	Responden, Generasi Z di Desa Karduluk (Karang Taruna)	Pendekatan Penelitian: Kuantitatif 1. Jenis Penelitian: Survei 2. Lokasi Penelitian: Desa Karduluk Kabupaten Sumenep 3. Subyek penelitian: Generasi Z di Desa Karduluk Kabupaten Sumenep 4. Teknik Pengumpulan Data menggunakan Kuesioner. 5. Analisis Data: 1) Uji Instrumen, 2) Analisis Statistik Deskriptif, 3) Uji Asumsi Klasik, 4) Uji Analisis Regresi Linier Sederhana, dan 5) Uji Hipotesis. 6. Media Pengolah Data: IBM SPSS versi 25.	1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap prilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk?  2. Seberapa besar pengaruh intensitas menonton konten dakwah TikTok terhadap prilaku moral Generasi Z di Desa Karduluk?

J E M B E R

## Lampiran 2. Pedoman Angket Penelitian

### JUDUL

### “Pengaruh Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok Terhadap Prilaku Moral Generasi Z di Desa Karduluk Kabupaten Sumenep”

#### A. KRITERIA PENELITIAN

1. Generasi Z di Desa Karduluk
2. Anggota Karang Taruna di Desa Karduluk
3. Punya Aplikasi TikTok
4. Punya akun TikTok

#### B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Tulislah terlebih dahulu nama, jenis kelamin, pada tempat yang telah disediakan
2. Jawablah semua pertanyaan dengan memilih salah satu dari lima alternatif jawaban yang telah disediakan dengan tanda ceklis

#### C. KETERANGAN

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Tidak setuju (TS)
3. Netral/Ragu-ragu (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat setuju (SS)

#### D. PERNYATAAN

Beri tanda centang pada salah satu jawaban saudara/i yang sesuai dengan keadaan sebenarnya

1. Intensitas Menonton Konten Dakwah TikTok

NO	PERTANYAAN	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengakses TikTok lebih dari 3 jam dalam sehari					
2	Saya mengakses konten dakwah setiap mengakses TikTok					
3	Saya merasa bahwa saya sering melihat atau berintraksi dengan konten dakwah di Aplikasi TikTok					



4	Saya sering membicarakan dengan teman tentang konten dakwah yang saya lihat					
5	Saya bertukar pendapat dengan teman tentang pesan moral dari konten dakwah di Aplikasi TikTok					
6	Saya meyakini sebagaimana pesan dalam konten dakwah yang ada di TikTok					
7	Saya mengikuti sebagaimana pesan dakwah yang ada di TikTok					
8	Saya meniru sebagaimana pesan dalam konten dakwah yang ada di TikTok					
9	Saya sering memberikan <i>like</i> pada konten dakwah TikTok					
10	Saya aktif memberikan komentar pada konten dakwah di TikTok					
11	Saya sering membagikan konten dakwah TikTok kepada teman atau keluarga					

## 2. Prilaku Moral Generasi Z di Desa Karduluk

NO	PERTANYAAN	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya menghormati perbedaan pendapat dan keyakinan orang lain					
2	Saya berani mengakui kesalahan dan meminta maaf					
3	Saya menghindari prilaku yang dapat merugikan orang lain					
4	Saya selalu menyapa orang lain dengan ramah					
5	Saya mendengarkan dengan seksama ketika orang lain berbicara					
6	Saya menghargai pendapat orang lain, meskipun berbeda dengan pendapat saya					
7	Saya selalu mematuhi aturan-aturan yang ditetapkan oleh tokoh masyarakat atau adat					
8	Saya mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh desa (Gotong royong, Musyawarah)					
9	Saya menegur atau mengingatkan orang lain yang melanggar aturan Desa					
10	Saya menyampaikan pendapat saya tentang isu-isu moral secara terbuka					
11	Saya mendukung tindakan/kegiatan yang bertujuan untuk mengatasi isu-isu moral					
12	Saya optimis bahwa isu-isu moral dapat diatasi					

	dengan upaya bersama					
13	Ketika saya memberikan nasihat kepada orang lain tentang kebaikan,saya berusaha untuk menjadi contoh dari apa yang saya nasihatkan					
14	Saya merasa tidak nyaman jika ketidaksesuaian antara apa yang saya katakan dengan apa saya lakukan					
15	Saya selalu berusaha untuk menepati janji yang telah saya buat kepada orang lain					
16	Saya percaya bahwa konsistensi antara perkataan dan perbuatan adalah ciri penting dari seseorang yang bermoral					



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



TABULASI DATA

127

NO	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	JUMLAH	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	JUMLAH
1	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	5	44	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	69
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
3	4	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	39	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	5	5	4	4	3	3	5	3	5	45	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	73
5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	42	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	69
6	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3	44	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	72
7	4	2	3	4	4	1	1	4	4	3	4	34	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	66
8	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	34	4	4	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	62
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	56
10	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	32	5	5	5	3	4	5	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	69
11	1	2	2	3	3	2	3	3	2	1	2	24	5	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	65
12	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	2	36	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	61
13	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
14	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	35	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	67
15	3	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
16	3	3	4	4	3	5	3	3	4	3	5	40	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	5	67
17	5	3	3	3	4	4	3	4	5	3	5	42	3	4	4	5	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	65
18	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	39	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	67
19	2	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	41	5	4	4	5	5	4	4	4	5	2	5	4	4	5	4	4	68
20	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	38	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	61
21	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	37	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	68
22	2	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	38	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	71
23	4	3	5	3	5	3	4	4	5	3	3	42	5	3	4	3	4	4	4	3	3	3	5	5	5	4	5	5	65
24	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	40	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	63
25	5	5	5	4	4	3	5	4	5	3	5	48	5	4	5	5	5	5	5	4	3	3	5	3	5	5	5	5	72
26	2	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	47	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	77
27	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	45	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	68
28	5	4	5	4	4	4	3	3	5	5	4	46	4	4	5	5	5	4	5	4	3	3	5	5	4	4	5	5	70
29	2	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	40	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	69	
30	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	36	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	67	
31	3	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	36	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	2	4	5	58
32	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
33	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	48	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	73

34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
35	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
36	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	35	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	59
37	5	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	32	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	57
38	4	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	36	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	68
39	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	35	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	54
40	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	61
41	4	3	5	4	4	4	4	1	4	2	3	38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	61
42	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
43	1	4	4	4	3	4	4	3	2	2	4	35	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	74



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## 1. Hasil Uji Validitas

a. Variabel Intensitas Menonton Konten Dakwah (X)

## Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11	TOTAL
X01	Pearson Correlation	1	.299	.396**	.151	.216	.240	.110	.167	.101	.260	.311*	.398**
	Sig. (2-tailed)		.051	.009	.333	.165	.121	.483	.285	.521	.093	.042	.008
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X02	Pearson Correlation	.299	1	.629**	.643**	.624**	.596**	.605**	.591**	.364*	.536**	.420**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.051		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.016	<.001	.005	<.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X03	Pearson Correlation	.396**	.629**	1	.645**	.654**	.565**	.441**	.336*	.433**	.507**	.438**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.009	<.001		<.001	<.001	<.001	.003	.027	.004	<.001	.003	<.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X04	Pearson Correlation	.151	.643**	.645**	1	.533**	.571**	.280	.482**	.357*	.494**	.544**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.333	<.001	<.001		<.001	<.001	.069	.001	.019	<.001	<.001	<.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X05	Pearson Correlation	.216	.624**	.654**	.533**	1	.453**	.475**	.621**	.469**	.508**	.490**	.786**

	Sig. (2-tailed)	.165	<,001	<,001	<,001		.002	.001	<,001	.002	<,001	<,001	<,001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X06	Pearson Correlation	.240	.596**	.565**	.571**	.453**	1	.379*	.301*	.344*	.397**	.454**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.121	<,001	<,001	<,001	.002		.012	.050	.024	.008	.002	<,001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X07	Pearson Correlation	.110	.605**	.441**	.280	.475**	.379*	1	.306*	.264	.324*	.229	.577**
	Sig. (2-tailed)	.483	<,001	.003	.069	.001	.012		.046	.088	.034	.140	<,001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X08	Pearson Correlation	.167	.591**	.336*	.482**	.621**	.301*	.306*	1	.462**	.615**	.518**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.285	<,001	.027	.001	<,001	.050	.046		.002	<,001	<,001	<,001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X09	Pearson Correlation	.101	.364*	.433**	.357*	.469**	.344*	.264	.462**	1	.543**	.541**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.521	.016	.004	.019	.002	.024	.088	.002		<,001	<,001	<,001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X10	Pearson Correlation	.260	.536**	.507**	.494**	.508**	.397**	.324*	.615**	.543**	1	.543**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.093	<,001	<,001	<,001	<,001	.008	.034	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X11	Pearson Correlation	.311*	.420**	.438**	.544**	.490**	.454**	.229	.518**	.541**	.543**	1	.720**

	Sig. (2-tailed)	.042	.005	.003	<,001	<,001	.002	.140	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
TOTAL	Pearson	.398**	.823**	.788**	.742**	.786**	.701**	.577**	.704**	.651**	.757**	.720**	1
	Correlation												
	Sig. (2-tailed)	.008	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

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

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## b. Varibel Prilaku moral Generasi Z (Y)

## Correlations

		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	YTOTAL
Y01	Pearson Correlation	1	.272	.298	.180	.060	.454**	.195	.018	.101	-.063	.301*	.355*	.192	.326*	.229	.253	.432**
	Sig. (2-tailed)		.077	.053	.249	.700	.002	.211	.910	.521	.689	.050	.020	.218	.033	.139	.102	.004
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y02	Pearson Correlation	.272	1	.573**	.388*	.339*	.342*	.366*	.356*	.286	.237	.276	.333*	.286	.373*	.340*	.221	.619**
	Sig. (2-tailed)	.077		<.001	.010	.026	.025	.016	.019	.063	.126	.073	.029	.063	.014	.026	.154	<.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y03	Pearson Correlation	.298	.573**	1	.411**	.466**	.273	.597**	.292	.277	.343*	.423**	.278	.305*	.330*	.447**	.462**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.053	<.001		.006	.002	.077	<.001	.057	.072	.024	.005	.071	.047	.031	.003	.002	<.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y04	Pearson Correlation	.180	.388*	.411**	1	.580**	.003	.524**	.549**	.307*	.269	.385*	.160	.186	.358*	.226	.308*	.623**
	Sig. (2-tailed)	.249	.010	.006		<.001	.983	<.001	<.001	.045	.082	.011	.306	.234	.019	.145	.045	<.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y05	Pearson Correlation	.060	.339*	.466**	.580**	1	.178	.425**	.421**	.285	.088	.399**	.119	.320*	.348*	.283	.305*	.577**
	Sig. (2-tailed)	.700	.026	.002	<.001		.253	.004	.005	.064	.575	.008	.446	.036	.022	.066	.047	<.001

[illegible]



[illegible]



Y16	Pearson Correlation	.253	.221	.462**	.308*	.305*	.227	.298	.205	-.029	.113	.280	.352*	.417**	.419**	.393**	1	.542**
	Sig. (2-tailed)	.102	.154	.002	.045	.047	.143	.052	.187	.852	.469	.069	.021	.005	.005	.009		<.001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
YTOTAL	Pearson Correlation	.432**	.619**	.700**	.623**	.577**	.434**	.761**	.672**	.529**	.416**	.728**	.584**	.586**	.723**	.580**	.542**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001	<.001	<.001	<.001	.004	<.001	<.001	<.001	.006	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

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

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## 2. Hasil Uji Reabilitas

- a. Variabel Intensitas Menonton Konten Dakwah (X)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	11

- b. Variabel Prilaku oral Generasi Z (Y)

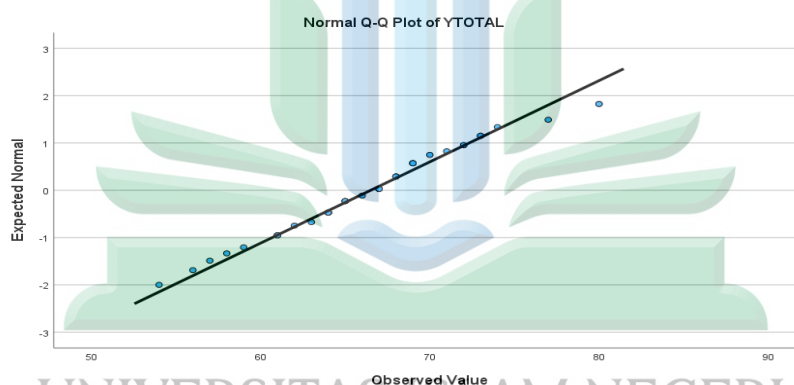
### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	16



## 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## b. Hasil Uji Heterodiskisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.216	2.662		3.838	<,001
	KONTEN DAKWAH TIKTOK	.152	.066	.340	2.316	.26

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## 4. Hasil Uji Hipotesis

## a. Hasil Uji regresi linier Sederhana

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	48.551	5.008		9.695	<,001
	KONTEN DAKWAH TIKTOK	.449	.124	.493	3.631	<,001

a. Dependent Variable: MORALITAS GENERASI Z

## b. Hasil Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	48.551	5.008		9.695	<,001
	KONTEN DAKWAH TIKTOK	.449	.124	.493	3.631	<,001

a. Dependent Variable: MORALITAS GENERASI Z

c. Uji Koefisien determinasi (*R Square*)**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493 <sup>a</sup>	.243	.225	5.12423

a. Predictors: (Constant), KONTEN DAKWAH TIKTOK

b. Dependent Variable: MORALITAS GENERASI Z

Tabel r untuk  $df = 1-50$ 

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

**Titik presentase Distribusi t (tf = 41-80)**

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041

66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**Lampiran 4. Jurnal kegiatan penelitian****JURNAL KEGIATAN PENELITIAN**

NO	TANGGAL	URAIAN KEGIATAN
1	25 November 2024	Pengajuan Judul Skripsi
2	26 November 2024	Acc Judul Skripsi
3	28 November 2024	Penyusunan Proposal
4	09 Maret 2025	Acc Proposal
5	15 Maret 2025	Seminar Proposal
6	22 Juli 2025	Penyerahan Surat Izin Penelitian
7	22 Juli-05 Agustus 2025	Penyebaran Kuesioner
8	06 Agustus-10 Agustus 2025	Analisis Data
9	10 Agustus-12 Oktober 2025	Penyusunan Skripsi
10	16 Oktober 2025	Acc Skripsi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

### Lampiran 5. Data Penduduk Desa Karduluk

**REKAPITULASI DATA KEPENDUDUKAN PER DESA/KELURAHAN DAN JENIS KELAMIN**  
**KABUPATEN SUMENEP TAHUN 2025**

**KECAMATAN PRAGAAN**

NO	DESA/KELURAHAN	JUMLAH KK	Laki-Laki	%	Perempuan	%	TOTAL	RASIO JK
1	KADUARA TIMUR	937	1.350	49,18	1.395	50,82	2.745	96,77
2	SENDANG	365	513	48,31	549	51,69	1.062	93,44
3	ROMBASAN	307	400	48,43	426	51,57	826	93,90
4	SENTOL LAOK	370	469	48,45	499	51,55	968	93,99
5	LARANGAN PERRENG	1.598	2.000	46,96	2.259	53,04	4.259	88,53
6	SENTOL DAYA	1.191	1.544	47,79	1.687	52,21	3.231	93,52
7	PAKAMBAN DAYA	1.199	1.677	49,25	1.728	50,75	3.405	97,05
8	PAKAMBAN LAOK	810	1.250	50,46	1.277	49,54	2.477	101,87
9	JADDUNG	1.924	2.765	49,16	2.860	50,84	5.625	96,68
10	PRAGAAN LAOK	1.656	2.458	48,92	2.567	51,08	5.025	95,75
11	PRAGAAN DAYA	3.342	4.899	48,61	5.180	51,39	10.079	94,58
12	PRENDUAN	4.345	6.077	48,23	6.523	51,77	12.600	93,16
13	AENG PANAS	1.527	2.100	48,07	2.269	51,93	4.369	92,55
14	KARDULUK	3.573	5.318	48,26	5.701	51,74	11.019	93,28
<b>JUMLAH</b>		<b>23.144</b>	<b>32.820</b>	<b>48,49</b>	<b>34.870</b>	<b>51,51</b>	<b>67.690</b>	<b>94,12</b>

DKR Semester I Tahun 2025

NO	DESA/KELURAHAN	JUMLAH KK	Laki-Laki	%	Perempuan	%	TOTAL	RASIO JK
1	KADUARA TIMUR	942	1.352	49,16	1.398	50,84	2.750	96,71
2	SENDANG	362	510	48,53	541	51,47	1.051	94,27
3	ROMBASAN	309	401	48,31	429	51,69	830	93,47
4	SENTOL LAOK	370	470	48,55	498	51,45	968	94,38
5	LARANGAN PERRENG	1.592	1.993	46,98	2.249	53,02	4.242	88,62
6	SENTOL DAYA	1.188	1.546	47,97	1.677	52,03	3.223	92,19
7	PAKAMBAN DAYA	1.220	1.684	48,97	1.755	51,03	3.439	95,95
8	PAKAMBAN LAOK	807	1.246	50,42	1.225	49,58	2.471	101,71
9	JADDUNG	1.905	2.745	49,15	2.840	50,85	5.585	96,65
10	PRAGAAN LAOK	1.648	2.456	48,93	2.563	51,07	5.019	95,83
11	PRAGAAN DAYA	3.331	4.873	48,57	5.160	51,43	10.033	94,44
12	PRENDUAN	4.313	6.074	48,26	6.513	51,74	12.587	93,26
13	AENG PANAS	1.526	2.116	48,22	2.272	51,78	4.388	93,13
14	KARDULUK	3.550	5.337	48,36	5.698	51,64	11.035	93,66
<b>JUMLAH</b>		<b>23.063</b>	<b>32.803</b>	<b>48,51</b>	<b>34.818</b>	<b>51,49</b>	<b>67.621</b>	<b>94,21</b>



### Lampiran 6. Dokumentasi wawancara



Dokumentasi wawancara bersama Generasi Z sekaligus tokoh Agama di Desa Karduluk



Dokumentasi wawancara bersama Generasi Z sekaligus anggota Karang Taruna di  
Desa Karduluk

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**PEMERINTAH KABUPATEN SUMENEP**  
**KECAMATAN PRAGAAN**  
**KEPALA DESA KARDULUK**  
 Jalan Raya Karduluk No. 114 Telp. (0328) 822000  
**KARDULUK**

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN**  
 Nomor : 474.3/ 811 /435.312.114/XI/2025

Yang bertanda tangan di bawah :

N a m a : AHMAD FARUQ, S.Pd.I., M.Pd.  
 Jabatan : Kepala Desa Karduluk  
 Alamat : Desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kab. Sumenep  
 Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

N a m a : ACH. JAZULI MAHDI  
 NIM : 212103010037  
 Fakultas : Dakwah  
 Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam  
 Jenis Kelamin : Laki-Laki  
 Warga Negara : Indonesia  
 Agama : Islam  
 Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa  
 Alamat : Dusun Bapelle RT 003 RW 011 Desa Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep

Kami memberi ijin kepada orang tersebut untuk mengadakan penelitian di desa kami Karduluk Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep mulai tanggal 22 Juli 2025 – 20 Agustus 2025, dengan judul *"Pengaruh Konten Dakwah Tiktok Terhadap Moralitas Generasi Z di Desa Karduluk Kabupaten Sumenep"*.

Demikian untuk menjadi maklum serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

J E M B E R



Karduluk, 04 November 2025  
 Kepala Desa Karduluk

AHMAD FARUQ, S.Pd.I., M.Pd

**BIODATA PENULIS****A. Identitas Diri**

Nama : Ach Jazuli Mahdi  
 Nim : 212103010037  
 Tempat, tanggal lahir : Sumenep, 24 September 2002  
 Jurusan : Dakwah  
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
 Alamat : Bapelle, Karduluk, Kec. Pragaan, Kabupaten  
 Sumenep, Jawa Timur 69465  
 Email : [achjazulimahdiachjazuli@gmail.com](mailto:achjazulimahdiachjazuli@gmail.com)

**B. Riwayat Pendidikan**

RA : RA Nurul Jadid Karduluk (2006-2008)  
 MI : MI Nurul Jadid Karduluk (2008-2014)  
 MTS : Mts As-Syafi'ie Karduluk (2014-2017)  
 MA : MA Sumber Mas Rombiya Barat (2017-2021)  
 Kuliah : UIN Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember (2021).