

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Demografi Responden

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani Yogyakarta (STITMA Yogyakarta), sebuah perguruan tinggi Islam di bawah naungan Yayasan At-Turots Al-Islamiy yang memadukan sistem pendidikan modern dengan tradisi pesantren. STITMA Yogyakarta menekankan pembinaan akhlak, penguatan keilmuan, serta pengembangan karakter mahasiswa melalui kegiatan akademik dan program pendalaman nilai-nilai keislaman. Lingkungan kampus yang berciri religius ini menjadi konteks yang relevan dalam penelitian mengenai pembentukan nilai akhlak Islam.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi Semester I Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) Tahun Ajaran 2025/2026. Pemilihan mahasiswi semester I didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka berada pada tahap awal perkuliahan, yaitu masa adaptasi terhadap budaya akademik dan lingkungan sosial kampus. Pada fase ini, mahasiswa masih dalam proses pembentukan pola pikir, kebiasaan belajar, dan penguatan karakter, sehingga pengaruh media sosial menjadi salah satu aspek yang menarik untuk dikaji.

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 62 mahasiswi, dengan sampel penelitian berjumlah 51 responden. Jumlah tersebut telah mewakili sebagian besar populasi yang ada, sehingga data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang cukup representatif. Seluruh responden merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok. Sebagian besar responden mengakses TikTok dengan durasi rata-rata 1-4 jam per hari, hal tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian dari aktivitas harian mahasiswi, baik sebagai sarana hiburan maupun sumber informasi.

Selain itu, sebagian besar responden mengikuti akun-akun dakwah atau kreator yang menyajikan konten Islami. Konten yang diakses umumnya berupa

potongan ceramah, nasihat keagamaan, motivasi Islami, serta pengingat ibadah dalam format video singkat. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok di kalangan mahasiswi PAI tidak semata-mata bersifat rekreatif, tetapi juga memiliki kecenderungan edukatif dan religius.

Dengan demikian, responden dalam penelitian ini memiliki intensitas paparan konten Islami yang cukup memadai untuk dianalisis pengaruhnya terhadap pembentukan nilai akhlak Islam. Lingkungan kampus yang berbasis nilai keislaman serta kebiasaan mengikuti akun dakwah di TikTok menjadi latar yang mendukung relevansi penelitian ini.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Tabel 9 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Statistics			
		Variabel x	Variabel y
N	Valid	51	51
	Missing	0	0
Mean		50.55	86.63
Median		48.00	87.00
Mode		48	78
Std. Deviation		5.917	9.743
Minimum		35	56
Maximum		64	104

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 51 responden, variabel paparan konten Islami di TikTok (X) memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 50,55, median 48, dan modus 48. Nilai standar deviasi sebesar 5,917 menunjukkan bahwa penyebaran data pada variabel X tergolong cukup stabil. Nilai mean, median, dan modus yang relatif berdekatan menunjukkan bahwa data tersebar cukup merata dan tidak terdapat perbedaan yang terlalu jauh antar responden.

Sementara itu, pada variabel pembentukan nilai akhlak Islam (Y), diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 86,63, median 87, dan modus 78. Nilai standar deviasi sebesar 9,743 menunjukkan adanya variasi jawaban responden, namun masih dalam batas yang cukup stabil. Nilai mean dan median yang tidak berbeda jauh menunjukkan bahwa distribusi data cukup seimbang.

C. Pengujian Hipotesis (Pengolahan Data)

1. Uji Prasyarat

a. Uji Normalitas

Tabel 10 Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality			
	Kolmogorov-Smirnov		
	Statistic	df	Sig.
Residual X	.196	51	.000
Residual Y	.110	51	.169
a Lilliefors Significance Correction			

Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan jumlah sampel sebanyak 51 responden. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi pada variabel Paparan Konten Islami di TikTok (X) sebesar 0,000, sedangkan variabel Pembentukan Nilai Akhlak Islam (Y) sebesar 0,169. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil tersebut, variabel X memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga data tidak berdistribusi normal, sedangkan variabel Y memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga data berdistribusi normal. Karena salah satu variabel tidak memenuhi asumsi

normalitas, maka analisis selanjutnya menggunakan teknik statistik non-parametrik, yaitu uji korelasi Spearman Rho.

b. Uji Linearitas

Tabel 11 Hasil Uji Linearitas

Tabel Anova				
Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
3701.157	18	205.620	6.298	.000
2700.833	1	2700.833	82.724	.000
1000.325	17	58.843	1.802	.074
1044.764	32	32.649		
4745.922	50			

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada tabel linearitas, diperoleh nilai signifikansi pada bagian Linearity sebesar 0,000 ($<0,05$). Nilai Deviation from Linearity sebesar 0,074 ($> 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara paparan konten Islami di TikTok dan pembentukan nilai akhlak Islam bersifat linear dan tidak mengalami penyimpangan.

2. Uji Spearman Rho

Tabel 12 Hasil Uji Spearman Rho

Correlations				
			Variabel x	Variabel y
Spearman's rho	Variabel x	Correlation Coefficient	1.000	.643**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	51	51
	Variabel y	Correlation Coefficient	.643**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	51	51

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

Uji Spearman Rho digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y karena data tidak berdistribusi normal. Hasil uji Spearman Rho menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,643 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat hubungan yang signifikan antara paparan konten Islami di TikTok dengan pembentukan nilai akhlak Islam pada mahasiswi Semester I PAI.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,643 menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel berada pada kategori kuat dan bersifat positif. Hal ini berarti semakin tinggi paparan konten Islami di TikTok, maka semakin baik pula pembentukan nilai akhlak Islam pada responden.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 13 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	23.841	7.857		3.034	.004
	Variabel x	1.242	.154	.754	8.044	.000

a. Dependent Variable: Variabel y

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 23,841 dan nilai koefisien regresi (b) sebesar 1,242. Dengan demikian, persamaan regresi yang diperoleh yaitu:

$$Y = 23,841 + 1,242X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan paparan konten Islami di TikTok sebesar 1 poin akan diikuti peningkatan pembentukan nilai akhlak Islam sebesar 1,242 poin. Nilai koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel bersifat searah, artinya semakin tinggi paparan konten Islami di TikTok maka semakin baik pula pembentukan nilai akhlak Islam pada mahasiswi.

Selain itu, hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 8,044 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel paparan konten Islami di TikTok berpengaruh signifikan terhadap pembentukan nilai akhlak Islam pada mahasiswi Semester 1 PAI STITMA Yogyakarta.

b. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 ^a	.569	.560	6.460
a. Predictors: (Constant), Variabel x				

Nilai R Square sebesar 0,569 menunjukkan bahwa paparan konten Islami di TikTok memberikan kontribusi sebesar 56,9% terhadap pembentukan nilai akhlak Islam. Sisanya sebesar 43,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti lingkungan keluarga, pendidikan, pergaulan, serta faktor internal individu

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh paparan konten Islami di TikTok terhadap pembentukan nilai akhlak Islam pada mahasiswi Semester I PAI di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani (STITMA) Yogyakarta Tahun Ajaran 2025/2026. Penelitian ini melibatkan 51 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif serta analisis non-parametrik.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, paparan konten Islami di TikTok memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 50,55 yang berada pada kategori sedang. Nilai median yang tidak jauh berbeda dari mean menunjukkan bahwa data cenderung tersebar secara merata dan tidak mengalami penyimpangan yang berarti. Nilai modus juga menunjukkan kecenderungan jawaban yang relatif sama di kalangan responden. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Semester I PAI cukup sering mengakses konten Islami di TikTok, dengan durasi penggunaan sekitar 1-4 jam per hari dan mengikuti akun-akun dakwah. Dengan demikian, TikTok tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber pengetahuan Keislaman.

Hal ini sejalan dengan teori *Mere Exposure Effect* oleh Zajonc (1968) yang menyatakan bahwa paparan berulang terhadap suatu stimulus dapat meningkatkan penerimaan dan kecenderungan positif terhadap stimulus tersebut (Permatasari *et al.*, 2023:105). Selain itu, paparan tidak hanya diukur dari frekuensi dan durasi penggunaan, tetapi juga dari tingkat perhatian, interaksi, dan pemahaman terhadap konten yang dikonsumsi (Ariyani, 2024:7). Semakin sering individu terpapar suatu konten, maka semakin besar kemungkinan konten tersebut memengaruhi sikap dan cara berperilaku.

Pada variabel pembentukan nilai akhlak Islam, diperoleh nilai rata-rata sebesar 86,63. Nilai median yang lebih tinggi dari rata-rata menunjukkan bahwa distribusi data cukup stabil, sedangkan nilai modus mengarah pada jawaban yang cenderung baik. Hal ini menggambarkan bahwa secara umum mahasiswa memiliki tingkat akhlak yang cukup baik. Kondisi tersebut tidak terlepas dari lingkungan kampus STITMA Yogyakarta yang menekankan pembinaan akhlak, penguatan nilai keislaman, serta perpaduan antara sistem pendidikan modern dan tradisi pesantren.

Secara teori, pembentukan akhlak dalam Islam terbentuk melalui proses pembiasaan, keteladanan, serta interaksi dengan lingkungan. Nilai akhlak tidak muncul secara instan, melalui proses internalisasi yang berulang hingga menjadi kebiasaan yang melekat dalam diri seseorang (Nawali, 2018:344). Dalam konteks ini, lingkungan kampus dan paparan media digital sama-sama

berperan sebagai faktor eksternal yang memengaruhi pembentukan akhlak.

Sebelum dilakukan uji hipotesis, data terlebih dahulu diuji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujian menunjukkan bahwa salah satu variabel memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga data tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu, analisis dilanjutkan menggunakan uji Spearman Rho sebagai bagian dari statistik non-parametrik. Pemilihan metode ini dinilai sesuai dengan karakteristik data penelitian yang berbentuk skala Likert dan tidak memenuhi asumsi normalitas (Zulkipli *et al.*, 2024:119).

Hasil uji Spearman Rho menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,643 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara paparan konten Islami di TikTok dengan pembentukan nilai akhlak Islam pada mahasiswi Semester I PAI STITMA Yogyakarta. Nilai korelasi sebesar 0,643 termasuk dalam kategori kuat dan bersifat positif. Artinya, semakin tinggi paparan konten Islami yang diterima mahasiswi, maka pembentukan nilai akhlak Islam juga cenderung semakin baik.

Penelitian Hanifah *et al.*, (2024:82) juga menunjukkan bahwa analisis non-parametrik melalui uji Spearman tepat digunakan dalam penelitian mengenai penggunaan TikTok ketika data penelitian tidak memenuhi asumsi normalitas. Penelitian tersebut menemukan adanya hubungan yang signifikan antara durasi penggunaan TikTok dan produktivitas akademik mahasiswa. Walaupun variabel yang dikaji tidak sama, penelitian tersebut tetap relevan karena sama-sama meneliti perilaku penggunaan TikTok dengan pendekatan kuantitatif non-parametrik, sehingga memperkuat kesesuaian penggunaan metode analisis dalam penelitian ini.

Besarnya hubungan antara kedua variabel dapat dilihat melalui koefisien determinasi dari hasil korelasi Spearman, yaitu $0,643^2 = 0,413$ atau sebesar 41,3%. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara paparan konten Islami di TikTok dengan pembentukan nilai akhlak Islam berada pada tingkat yang cukup kuat, sedangkan sisanya berkaitan dengan faktor lain di luar penelitian seperti lingkungan keluarga, pergaulan, dan pendidikan.

Penelitian ini juga menggunakan uji regresi linear sederhana sebagai analisis pendukung untuk melihat kecenderungan hubungan antar variabel. Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan persamaan regresi $Y = 23,841 + 1,242X$. Persamaan tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel X dan variabel Y bersifat positif atau searah. Selain itu, nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,569 menunjukkan kontribusi variabel X sebesar 56,9% terhadap variabel Y. Namun, hasil analisis regresi ini hanya digunakan sebagai data pendukung, sedangkan analisis utama tetap mengacu pada uji Spearman Rho karena data penelitian tidak berdistribusi normal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori kognitif sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura, yang menyatakan bahwa individu dapat mempelajari perilaku baru melalui proses pengamatan, peniruan dan interaksi dengan lingkungan (Ilmiani *et al.*, 2021:181). Dalam konteks ini, media sosial seperti TikTok dapat menjadi sarana pembelajaran tidak langsung, di mana mahasiswi memperoleh nilai-nilai keislaman melalui konten yang mereka lihat secara berulang. Konten berupa ceramah singkat, kutipan ayat dan hadits, maupun pesan moral dalam bentuk visual dapat memengaruhi cara pandang dan sikap seseorang.

Oleh karena itu, media sosial berpotensi menjadi media internalisasi nilai keagamaan jika digunakan secara tepat sehingga paparan konten Islami di TikTok yang berlangsung secara berulang dapat membangun kesadaran religius serta mendorong terbentuknya perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Mujahid, 2025:10246).

Penelitian Sintia *et al.*, (2025:11) menyatakan bahwa konten fikih dan akhlak di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan agama dan pembentukan akhlak mahasiswa. Konten yang disajikan secara sederhana dan relevan membuat nilai keislaman lebih mudah dipahami. Secara bersama-sama, kedua jenis konten tersebut memberikan kontribusi sebesar 61,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa TikTok cukup efektif sebagai

media pembelajaran informal, meskipun pemahaman yang diperoleh belum sepenuhnya mendalam.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Luil *et al.*, (2024:39) juga menunjukkan bahwa dakwah melalui media sosial TikTok memberikan pengaruh terhadap tingkat religiusitas mahasiswa sebesar 35,1%. Nilai tersebut termasuk dalam kategori cukup kuat, sementara sisanya sebesar 65,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Namun, hasil penelitian masih perlu dipahami dengan beberapa keterbatasan. Karena menggunakan metode non-parametrik dan bersifat korelasional, penelitian ini hanya menunjukkan adanya hubungan, bukan sebab-akibat secara langsung. Selain itu, analisis non-parametrik menggunakan data dalam bentuk peringkat, sehingga informasi yang dihasilkan tidak sedetail analisis parametrik. Pendekatan ini juga memiliki tingkat ketelitian yang lebih rendah dalam menggambarkan hubungan antar variabel, Kusumawati (2018) dalam Tanjung *et al.*, (2023:88). Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan pada satu program studi dan satu angkatan, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan secara luas.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara paparan konten Islami di TikTok dengan pembentukan nilai akhlak Islam pada mahasiswi Semester I PAI STITMA Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya TikTok, dapat berkaitan dengan pembentukan nilai akhlak Islam apabila dimanfaatkan secara bijak dan digunakan untuk mengakses konten yang bernilai positif.