

Pengaruh Konten Animasi Dakwah TikTok @Bagussuhar Terhadap Tingkat Pengetahuan Agama Followers

Aufa Salma*, Nia Kurniati, N. Sausan M. Sholeh

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

aufasalma1911@gmail.com, nia.kurniati@unisba.ac.id, sausan.muhammad@unisba.ac.id

Abstract. The content of da'wah animations on TikTok has great potential in conveying religious messages, especially to Generation Z who are very familiar with digital technology. This study was conducted to measure the effect of TikTok @Bagussuhar's animated da'wah content on the level of religious knowledge of Generation Z teenage followers. This research uses quantitative methods with descriptive data analysis techniques, validity, reliability, and simple linear regression tests. Data were obtained through a questionnaire to 100 respondents who are followers of the @Bagussuhar account. The results showed that the content of @Bagussuhar's da'wah animation had an effect on increasing religious knowledge with a coefficient of determination of 28.7%. From the hypothesis test, the results show a significance value of <0.001 , which means H_0 is rejected and H_a is accepted. This indicates that the content of the da'wah animation has a significant influence on increasing the knowledge of creed, sharia, and morals in respondents. Overall, Generation Z showed a positive response to the content, which was designed with a visual approach and relevant messages.

Keywords: *Influence of Animated Content, TikTok, Religious Knowledge.*

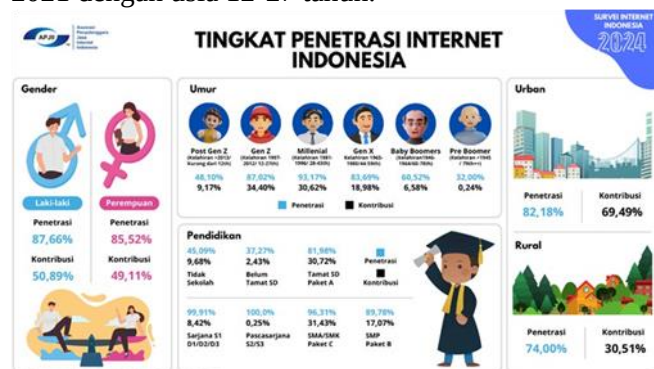
Abstrak. Konten animasi dakwah di TikTok memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan agama, terutama kepada Generasi Z yang sangat akrab dengan teknologi digital. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh konten animasi dakwah TikTok @Bagussuhar terhadap tingkat pengetahuan agama follower remaja Generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data deskriptif, uji validitas, reliabilitas, dan regresi linear sederhana. Data diperoleh melalui kuesioner kepada 100 responden yang merupakan follower akun @Bagussuhar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten animasi dakwah @Bagussuhar berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan agama dengan koefisien determinasi sebesar 28,7%. Dari uji hipotesis, hasilnya menunjukkan nilai signifikansi sebesar $<0,001$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini mengindikasikan bahwa konten animasi dakwah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan akidah, syariah, dan akhlak pada responden. Secara keseluruhan, Generasi Z menunjukkan respons positif terhadap konten tersebut, yang dirancang dengan pendekatan visual dan pesan yang relevan.

Kata Kunci: *Pengaruh Konten Animasi, TikTok, Pengetahuan Agama.*

A. Pendahuluan

Dakwah secara istilah berarti mengajak orang lain dengan cara yang damai, lembut, konsisten, dan penuh komitmen (Dr. H. Bambang S. Ma'arif dan Prof Dr. H Ibnu Hamad, 2022). Saat ini dakwah sangat dibutuhkan di setiap zaman khususnya di era digital saat ini, dimana media sosial menjadi platform utama bagi banyak orang untuk mengakses informasi, berkomunikasi, bahkan belajar tentang agama. Cara berdakwah tidak terbatas dengan lisan-ke lisan, melalui mimbar/ceramah di masjid ataupun dilakukan secara digital.

Media sosial merupakan alat untuk berkomunikasi serta berinteraksi dengan lebih mudah dan efisien. (Fasikul dkk., 2024) Dalam berdakwah dibutuhkan suatu komunikasi atau interaksi supaya memudahkan hal yang akan disampaikan. Saat ini, media sosial sudah lumrah dalam kehidupan remaja muda, khususnya generasi Z. Menurut laporan yang diterbitkan oleh APJII, penetrasi internet di kalangan generasi muda di Indonesia mencapai angka yang mengesankan, dengan sekitar 87,02% remaja kelahiran 1997-2021 dengan usia 12-27 tahun.



Gambar 1. Penetrasi Generasi Z terhadap Internet

Berdasarkan hasil survei kecil yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 follower remaja generasi Z, sebanyak 80% responden menyatakan bahwa konten animasi dakwah TikTok @Bagussuhar membantu mereka dalam meningkatkan pengetahuan tentang agama yang terdiri dari aqidah, syariah, dan akhlak (sumber data peneliti, 2024). Selain itu, survei menunjukkan bahwa ada perbedaan dalam cara remaja memahami pesan dakwah berdasarkan gaya animasi dan durasi pesan. Sebanyak 54% responden menyukai konten dengan durasi singkat (kurang dari satu menit), sementara 38% lainnya menyukai konten dengan cerita yang lebih mendalam. Data ini menunjukkan bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi seberapa efektif konten animasi dakwah di TikTok.

Pada tahun 1979, Sven Windahl pertama kali membangun teori Uses and Effect, yang merupakan kombinasi dari pendekatan Uses and Gratifications mengenai efek yang ditimbulkan oleh penggunaan media (alfirahmi, 2019). Teori uses and effects menjelaskan hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa dan dampak yang ditimbulkan oleh pengguna media massa (Burhan Bungin, 2006) Menurut teori Sven Windahl tentang kegunaan dan efek, terdapat tiga komponen mendasar dari pemanfaatan media; waktu, yaitu jumlah waktu yang dicurahkan seseorang untuk menggunakan media. Jenis konten media menggambarkan tujuan konten tersebut, dan hubungan, menggambarkan cara seseorang yang menggunakan media berinteraksi dengan materi yang dikonsumsi atau seluruh lingkup media (Eunathasya, 2022)

Dengan menggunakan teori ini, penelitian ini akan memberikan gambaran yang lengkap tentang hubungan antara pengaruh konten animasi dakwah dan dampaknya pada tingkat pengetahuan remaja generasi Z. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan penting bagi pembuat konten dakwah tentang cara mengoptimalkan pesan mereka untuk menjadi lebih efektif dan relevan bagi audiens muda di era internet.

Berdasarkan konteks masalah yang ada peneliti menyusun beberapa rumusan masalah yaitu bagaimana konten dakwah animasi TikTok @Bagussuhar dan seberapa besar pengaruh konten animasi dakwah TikTok @Bagussuhar terhadap tingkat pengetahuan agama follower remaja generasi

Z. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana konten animasi dakwah TikTok @Bagussuhar serta mengidentifikasi adanya pengaruh konten animasi dakwah terhadap Tingkat Pengetahuan

Agama Follower Remaja generasi Z.

akun @Bagussuhar, dengan ribuan follower nya menggunakan visualisasi yang sudah populer di target audiensnya untuk memasukkan komedi ke dalam situasi yang tidak terduga (Aji Wiyonegoro, 2022), Dengan jumlah penonton yang signifikan, akun ini menunjukkan potensi yang besar dalam menjangkau audiens dan menyebarkan nilai-nilai Islam. Konten-konten yang diunggahnya sering kali mengangkat isu yang dekat dengan kehidupan anak muda. Namun, timbul pertanyaan tentang sejauh mana konten yang telah dibuat dapat mempengaruhi pengetahuan agama, khususnya pada remaja Generasi Z.

secara praktis hasil penelitian ini akan membantu dai dan pembuat konten membuat strategi dakwah yang lebih efektif. Dengan memahami bagaimana konten di TikTok dapat mempengaruhi audiensnya, mereka dapat membuat konten yang lebih relevan dan menarik, sehingga penyampaian pesan agama dengan cara yang lebih efektif. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KONTEN ANIMASI DAKWAH TIKTOK @BAGUSSUHAR TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN AGAMA FOLLOWER REMAJA GEN Z.”

B. Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dianggap sebagai metode ilmiah/scientific karena memenuhi standar ilmiah seperti konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis (Sugiyono, 2013). Peneliti melakukan penelitian kuantitatif deskriptif melalui pendekatan survei. Peneliti memilih metode survei karena untuk mendapatkan informasi atau data tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi. Untuk melakukan ini, peneliti menyebarkan kuesioner atau angket kepada follower remaja pada akun TikTok @bagussuhar. Populasi adalah keseluruhan bagian dari penelitian yang mencakup objek dan subjek dengan fitur tertentu (Nur fadilah dkk., 2023), pada penelitian ini yaitu seluruh follower akun TikTok @Bagussuhar dengan total pengikut 497.900, Untuk mewakili populasi secara keseluruhan, sampel adalah sebagian dari populasi dengan menggunakan rumus Slovin.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Profil Akun TikTok @Bagussuhar

Aplikasi TikTok sekarang sangat populer di kalangan remaja hingga orang dewasa. TikTok memudahkan penggunaanya dalam mengakses dimana saja. TikTok menyediakan berbagai jenis konten menarik, termasuk tarian, food, travel, pemasaran, musik, dan lainnya. Aplikasi ini juga digunakan sebagai platform dakwah oleh beberapa da'i (pendakwah). Salah satu contoh pendakwah animasi adalah Bagus Suhar, yang menggunakan akun TikToknya dengan nama pengguna @Bagussuhar untuk menyampaikan dakwahnya.

Pada awal tahun 2022, Bagus Suhar membuat akun TikTok pertamanya dengan tujuan untuk menyiarkan pesan dakwahnya melalui platform tersebut (Akhmad Fadhil, 2024). Cara dakwah Bagus Suhar, yang sederhana, mudah dipahami, dan tidak menghakimi, telah diterima dengan baik oleh penonton. Berikut ini adalah beberapa metode untuk berdakwah yang digunakan oleh Bagus Suhar yaitu Membuat Cerita, men-stitch Video, dan membalas komentar.

Analisis dan Pembahasan

Tabel 1. Uji Linearitas

F	Sig.
39.496	<0.001

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Berdasarkan hasil uji di atas, output uji linearitas diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.196 yang mana nilai signifikansi $0.196 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel konten animasi dakwah TikTok @Bagussuhar terhadap tingkat pengetahuan follower remaja Generasi Z.

Tabel 2. Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized B	Sig.
Constant	21.633	<0.001
Konten	0.536	<0.001

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai constant (a) sebesar 21.633, sedang nilai Konten Animasi Dakwah TikTok @Bagussuhar (b/koefisien regresi) sebesar 0.536.

Tabel 3. Koefisien Determinasi

R	R Square
0.536	0.287

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai R-Square (R²) sebesar 0,287 atau sebesar 28.7%. Nilai tersebut menunjukkan kebaikan model, semakin besar R² maka semakin baik modelnya. Dengan demikian dapat diartikan bahwa total besaran konten animasi dakwah (X) terhadap tingkat pengetahuan agama follower remaja Gen Z adalah sebesar 28.7% sedangkan 72,3% tingkat pengetahuan agama dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4. Uji Hipotesis

Model	t	Sig.
Constant	4.414	<0.001
Konten	6.285	<0.001

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Berdasarkan hasil output tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.001, sehingga menjadi $0.001 < 0.05$. Maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti dapat dikatakan bahwa ada pengaruh konten animasi dakwah TikTok @Bagussuhar (X) terhadap tingkat pengetahuan agama followers Remaja Generasi Z. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini jawaban yang valid adalah benar.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap responden yang merupakan follower remaja Generasi Z dari TikTok @Bagussuhar, ditemukan bahwa responden setuju mengenai konten animasi dakwah ini sebagai memenuhi kebutuhan penggunaanya (uses), dikaitkan dengan teori Uses and Effects. Konten animasi dakwah TikTok @Bagussuhar efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan pengetahuan agama generasi z. Sebanyak 69% responden sering mengamati konten tersebut, dan 60% lebih menyukai video berdurasi pendek. Konten dengan kombinasi visual dan audio berpengaruh bagi 54% responden, sementara 42% merasa konten animasi memudahkan pengetahuan agama. Selain itu, 48% responden merasa konten memenuhi kebutuhan motivasional mereka, dan 58% merasa terhubung dengan pesan yang disampaikan. Secara keseluruhan, 54% responden merasa konten meningkatkan pengetahuan akidah, 59% tentang syariah, dan 47% mengenai akhlak. Hasil ini menunjukkan bahwa konten dakwah animasi @Bagussuhar efektif dalam menjangkau dan mendidik audiens muda.

D. Kesimpulan

Konten animasi dakwah TikTok @Bagussuhar terbukti sangat relevan bagi Generasi Z. Mayoritas responden menganggap durasi video yang singkat dan elemen visual serta audio yang menarik sangat efektif dalam menyampaikan pesan agama. Sebanyak 49% responden menyatakan durasi yang singkat dapat menarik perhatian mereka, sementara 54% menganggap kombinasi visual dan audio adalah daya tarik utama. Selain itu, 47% responden merasa konten ini relevan dengan

kehidupan mereka, memberikan motivasi, serta memperkuat pemahaman tentang akidah, syariah, dan akhlak. Penelitian menunjukkan bahwa konten ini memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pengetahuan agama di kalangan remaja, dengan koefisien determinasi sebesar 28,7%.

Berdasarkan hasil penelitian, setiap peningkatan 1% dalam kualitas konten dakwah dapat meningkatkan pemahaman agama sebesar 0,536%. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang efektif dapat mempengaruhi cara generasi muda memahami agama. Meskipun demikian, sekitar 71,3% variabel luar masih mempengaruhi tingkat pengetahuan agama mereka. Hasil uji hipotesis menunjukkan hubungan yang signifikan antara materi dakwah dan tingkat pengetahuan agama, membuktikan bahwa konten dakwah animasi @Bagussuhar memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman agama remaja Generasi Z.

Daftar Pustaka

Dr. H. Bambang S. Ma'arif. Prof. Dr. H. Ibnu Hamad, Riset Komunikasi Dakwah Orientasi dan Temuan, (Bandung: Nuansa Cendekia 2022), Cet. Ke-1, Jilid 1, hal.22-23.

Fasikul. dkk, Pengaruh Media Sosial Terhadap Hubungan Sosial di Era Digital, (2020). Jurnal Motivasi Pendidikan dan Bahasa. 2(1).

Burhan Bungin, Sosiologi Komunikasi, (2006). Jakarta: Kencana.

APJII, Laporan APJII, <https://drive.google.com/file/d/1yY-KOgjRnEuKdlY-qQsdWGfQ5uJRKsKd/view?usp=sharing>. Diakses pada 12 November 2024.

Alfirahmi, Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect, (2019). Jurnal Lugas. 3(1).

Eunathasya Inge Rullysia, Skripsi: Pengaruh Terpaan Pemberitaan di Akun Instagram @Baligasm Terhadap Electronic word of Mouth dan Dampaknya Terhadap Minat Berkunjung Followers ke Pulau Bali, (2022). Bali: Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

Aji Wiryonegoro, Pengaruh Dakwah Akun @Bagussuhar dalam Media Sosial Instagram terhadap Akhlak Followersnya, (2020). Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKPI), 2(1).

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (2019). Bandung: ALFABETA.CV.

Akhmad Fadhil, Skripsi: Strategi Dakwah Bagus Suhar Melalui Animasi Pada Akun @Bagussuhar dalam Media Sosial TikTok, (2024). Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Dakwah, Jember.

Nur fadilah dkk, Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian, (2023). Jurnal Pilar:
Jurnal Kajian Islam Kontemporer, 14(1).