

**PERSEPSI MAHASISWA UIAD SINJAI TERHADAP
APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

MUAMMARUDDIN
NIM. 190208019

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI
TAHUN 2025**



**PERSEPSI MAHASISWA UIAD SINJAI TERHADAP
APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

MUAMMARUDDIN
NIM. 190208019

Pembimbing:

1. **Dr. Muhlis, M.Sos.I.**
2. **Siar Ni'mah, S.Ud., M.Ag.**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI
TAHUN 2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muammaruddin

NIM : 190208019

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari Skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 9 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



Muammaruddin

NIM: 190208019

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul, Persepsi Mahasiswa UIAD Sinjai Terhadap Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah, yang ditulis oleh Muammarruddin Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 190208019, Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan, yang dimunaqasyahkan pada hari , tanggal 19 Juli 2025 M bertepatan dengan 24 Muharam 1447 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).

Dewan Penguji

(Dr. Suriati, M.Sos.I.)	Ketua	(.....)
(Dr. Jamaluddin, M.Pd.)	Sekretaris	(.....)
(Dr. Faridah, M.Sos.I.)	Penguji I	(.....)
(Mulkiyan, S.Sos.,M.A.)	Penguji II	(.....)
(Dr. Muhlis, M.Sos.I.)	Pembimbing I	(.....)
(Siar Ni'mah, S.Ud., M.Ag.)	Pembimbing II	(.....)



Mengetahui:
Dekan FUKIS UIAD,

Dr. Faridah, M.Sos.I.
NBM. 1212 774

ABSTRAK

Muammaruddin. *Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai Terhadap Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah.* Skripsi. Sinjai: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam, Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1). Untuk Mengetahui Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai Tentang Media Aplikasi Tiktok.(2). Untuk Mengetahui Pandangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai Terhadap Aplikasi Tiktok Jika Digunakan Sebagai Media Dakwah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian fenomenologi dengan pendekatan Kualitatif. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. Objek penelitian ini adalah persepsi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai terhadap aplikasi tiktok sebagai media dakwah. Adapun teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis datanya yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tentang Aplikasi Tiktok Sangat relevan jika digunakan sebagai Media Dakwah dimana hal ini akan mengurangi *framing* Negatif dikalangan Mahasiswa maupun Masyarakat umum. Selain itu TikTok dinilai efektif sebagai media dakwah apabila kontennya disajikan secara kreatif, komunikatif, dan mudah dipahami, dengan fokus pada nilai-nilai positif yang relevan dengan pola komunikasi generasi muda. Dengan demikian, TikTok memiliki potensi strategis dalam mendukung dakwah Islam di era digital.

Kata Kunci: *Persepsi Mahasiswa, Aplikasi Tiktok, Media Dakwah.*

ABSTRACT

Muammaruddin. *Perceptions of Students at Ahmad Dahlan Islamic University, Sinjai, Regarding the TikTok Application as a Media for Da'wah.* Thesis. Sinjai: Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Ushuluddin and Islamic Communication, Ahmad Dahlan Islamic University (UIAD) Sinjai, 2025.

This study aims to determine: (1) the perceptions of Islamic Communication and Broadcasting students at UIAD Sinjai regarding the TikTok application, and (2) their views on the use of TikTok as a medium for da'wah.

This research is a phenomenological study using a qualitative approach. The subjects were students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program at Ahmad Dahlan Islamic University, Sinjai. The object of the study was students' perceptions of the TikTok application as a medium for Islamic da'wah. Data collection techniques consisted of observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques included data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results of the study indicate that students perceive TikTok as a highly relevant platform for da'wah, as its effective use can reduce negative framing among students and the wider community. Furthermore, TikTok is viewed as an effective da'wah medium when its content is delivered creatively, communicatively, and in an easily understandable manner, focusing on positive values that align with the communication patterns of the younger generation. Thus, TikTok holds strategic potential in supporting Islamic da'wah in the digital era.

Keywords: Student Perceptions, TikTok Application, Da'wah Media.

مستخلص البحث

معمر الدين. تصورات طلاب جامعة أحمد دحلان الإسلامية سنجائي حول تطبيق تيك توك كوسيلة للدعوة. أطروحة. سنجائي: قسم دراسات الاتصال والإذاعة الإسلامية، كلية أصول الدين والاتصال الإسلامي، جامعة أحمد دحلان الإسلامية سنجائي، ٢٠٢٥.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد: (١) تصورات طلاب الاتصال والإذاعة الإسلامية في جامعة أحمد دحلان الإسلامية سنجائي حول تطبيق تيك توك. (٢) آراء طلاب الاتصال والإذاعة الإسلامية في جامعة أحمد دحلان الإسلامية سنجائي حول تطبيق تيك توك كوسيلة للدعوة.

هذا البحث دراسة ظاهرية ذات نهج نوعي. كان المشاركون طلاباً في قسم الاتصال والإذاعة الإسلامية في جامعة أحمد دحلان الإسلامية سنجائي. الهدف من هذا البحث هو استقصاء تصورات طلاب برنامج دراسات الاتصال والإذاعة الإسلامية بجامعة أحمد دحلان الإسلامية في سنجائي حول تطبيق تيك توك كوسيلة للدعوة. واستخدمت تقنيات جمع البيانات الملاحظة والمقابلات والتوثيق، بينما استخدمت تقنيات تحليل البيانات الاختزال والعرض والاستنتاج.

وأظهرت نتائج البحث أن تصورات طلاب الاتصال والإذاعة الإسلامية حول تطبيق تيك توك ذات أهمية بالغة للاستخدام كوسيلة للدعوة، حيث سيقبل ذلك من التأطير السلبي بين الطلاب وعامة الناس. علاوة على ذلك، يُعد تيك توك وسيلة فعالة للدعوة إذا عُرض محتواه بطريقة إبداعية وتواصلية وسهلة الفهم، مع التركيز على القيم الإيجابية المرتبطة بأنماط التواصل لدى جيل الشباب. وبالتالي، يتمتع تيك توك بإمكانات استراتيجية في دعم الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي.

الكلمات الأساسية: تصورات الطلاب، تطبيق تيك توك، وسائل الإعلام الدعوية.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا
مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak, yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta, Ayahanda M.Idris. dan Ibunda Alm.Abidah yang selalu memberikan Do'a dan dukungannya. Terima kasih telah mendidik dan membesarkan penulis;
2. Dr. Suriati, M.Sos. I., selaku (Pimpinan) Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
3. Dr. Jamaluddin, M. Pd.I., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
4. Dr. Rahmatullah, M. A., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
5. Dr. Muhlis, M.Sos.I., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
6. Dr. Faridah, S. Kom. I., M. Sos. I. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
7. Dr. Muhlis, M.Sos.I. selaku Pembimbing I dan Siar Ni'mah,S.Ud.,M.Ag. selaku Pembimbing II;
8. Dr. Suriyati M.Pd selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam;
9. Seluruh Dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
10. Seluruh Pegawai dan Jajaran Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai (UIAD) Sinjai yang telah membantu kelancaran akademik;

11. Kepala dan Staff Perpustakaan Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;

12. Teman-teman Mahasiswa Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis mampu menyelesaikan studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

Sinjai, 9 Mei 2025

Muammaruddin
NIM. 190208019

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN PEMBATAS	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK ARAB.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORI	6
A. Kajian Pustaka	6
B. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	22
B. Definisi Operasional	24
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data	25
F. Instrumen Penelitian	27
G. Keabsahan Data	27
H. Teknik Analisis Data	29

BAB IV HASIL PENELITIAN	34
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	38
BAB V PENUTUP	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Fitur Aplikasi Tiktok.....	17
Tabel 2.1 Tabel Nama-Nama Ketua Umum Himkopsis	17

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam	31
--	----

DAFTAR LAMPRIRAN

- Lampiran 1 Kisi-Kisi Instrumen
- Lampiran 2 Instrmen Penelitian
- Lampiran 3 Keterangan Plagiasi
- Lampiran 4 Izin Penelitian
- Lampiran 5 Keterangan Telah Meneliti
- Lampiran 6 SK.Pembimbing
- Lampiran 7 Biodata Penulis
- Lampiran 8 Dokumentasi
- Lampiran 9 Keterangan Plagiasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology / ICT*) dekade terakhir telah membawa tren baru ke industri telekomunikasi. Artinya, munculnya berbagai media yang memadukan teknologi komunikasi baru dengan teknologi komunikasi massa tradisional. Baik pada tataran praktis maupun teoritis, fenomena ini sering disebut sebagai konvergensi media dan memiliki beberapa konsekuensi penting. Dalam praktiknya, perpaduan media tidak hanya memperkaya informasi yang disajikan, tetapi juga memberikan kesempatan kepada khalayak untuk memilih informasi sesuai dengan preferensi mereka sendiri. Konvergensi media tidak begitu serius dan menawarkan kemungkinan-kemungkinan baru yang mendasar dalam pengelolaan, pengiriman, distribusi, dan pemrosesan semua jenis visual, audio, data, dan informasi lainnya. Dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), akan tercipta revolusi baru di berbagai media seperti media elektronik dan kertas cetak serta industrialisasi di berbagai bidang teknologi digital komunikasi. Teknologi Komunikasi telah memungkinkan untuk berkomunikasi lebih cepat dari sebelumnya antara orang-orang, antara kelompok sosial dan antar bangsa. Oleh karena itu keadaan yang demikian akan menyebabkan suasana saling mempengaruhi antara golongan masyarakat dan antar bangsa menjadi semakin intensif (F Rahmadi 1998).

Perkembangan teknologi informasi (TI) melaju dengan cepat, bahkan tidak ada lagi batasan bagi manusia dalam berkomunikasi, mereka dapat berkomunikasi kapan saja dan dimana saja. Arus teknologi informasi dan komunikasi senantiasa bergerak ditengah perkembangan zaman yang dinamis. Begitu pula teknologi internet yang menemukan bentuk terbaru dengan berbagai ragam dan jenis. Media telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Bahkan masyarakat sulit membayangkan hidup tanpa media, koran pagi, majalah, televisi, dan yang paling penting di era saat ini yaitu meninggalkan gadget atau smartphone yang merupakan media paling mudah dan nyaman untuk

digunakan. Banyak yang tidak menyadari bahwa media sesungguhnya mempengaruhi pandangan dan tindakannya. Di era perkembangan paling mutakhir adalah apa yang dikenal dengan “Jejaring Sosial” atau “Media Sosial” (Medsos). Seperti, Facebook, Twitter, Youtube, WhatsApp, Instagram, Tiktok dan sebagainya. Belakangan ini, benarbenar mewarnai kehidupan umat manusia di dunia serta menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan mereka. Tak terkecuali kaum muslimin. Kegiatan dakwah merupakan kegiatan yang sangat penting dalam Islam. Dengan Dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia. Sebaliknya, tanpa dakwah, Islam akan semakin jauh dari masyarakat dan selanjutnya akan lenyap dari permukaan bumi. Dalam kehidupan masyarakat, dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Ajaran Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat dari hal-hal yang dapat membawa pada kehancuran (Aziz 2024).

Inilah bentuk dari penyesuaian kegiatan dakwah yang mengikuti perubahan dan perkembangan teknologi komunikasi. Islam mentransformasikan dirinya sesuai keinginan masyarakat yang selalu berubah-ubah. Dengan mendistribusikan informasi keagamaan atau pesan-pesan yang baik kepada khalayak dengan berbagai bentuk tema, metode penyampaian, dan alat media penyebaran informasinya. Hal ini merupakan seruan Dakwah sesuai dengan Firman ALLAH SWT dalam Q.S. Ali Imran ayat 104 :

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

Artinya :

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”.

Dalam ayat ini Allah menekankan kewajiban keberadaan segolongan kaum muslimin yang menyeru kepada Islam, mengajak kepada ketaatan dan melarang kemaksiatan. Orang-orang yang mendapat derajat yang tinggi yang melakukan amalan ini adalah orang-orang yang akan meraih surga.

Berdasarkan fakta yang peneliti temukan banyak akun media TikTok yang digunakan sebagai Media Dakwah seperti akun TikTok @adihidayatfans, @dasadlatifofficial, @sahabatuaschannel, @pkm_tv @ustadzfakhrurrazi, dan masih banyak lagi akun media TikTok yang digunakan sebagai penyebaran dakwah. Dimana dalam akun @dasadlatifofficial dan @sahabatuaschannel memuat video dakwah dengan durasi pendek tentang Aqidah, Syariat, muamalah maupun pesan moral yang disampaikan.

Setiap mahasiswa terutama mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam tentu mempunyai pemahaman yang berbeda-beda mengenai cara seseorang berdakwah. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya latar belakang, kepercayaan, nilai-nilai, emosi, dan kondisi psikologis. Akan tetapi banyak juga berseliweran video pendek dengan muatan konten negatif dibarengi joget jogetan khususnya dikalangan generasi Z dan Milenial terlebih lagi banyak dari kalangan Mahasiswa yang terjangkit virus tersebut. Hal ini senada dengan hasil penelitian relevan yang ditulis oleh Vionita Anjani tentang “Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi TikTok (Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi TikTok dikalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambul 2015-2016) dengan Hasil Penelitian persepsi dari 149 sampel yang terpilih menunjukkan 71 orang merasa aplikasi TikTok membawa pengaruh buruk kepada penggunanya. Sementara itu 64 orang mengatakan bahwa Aplikasi TikTok telah disalahgunakan oleh penggunanya.

Dalam Jurnal Ilmu Sosial bahasa dan Pendidikan, salah satu *platform* media sosial yang terkenal dengan konten video pendeknya yakni TikTok, saat ini telah menjadi fenomena dikalangan generasi muda diseluruh Dunia. TikTok memiliki jutaan pengguna yang aktif setiap harinya dan menjadi bagian integral dari kehidupan digital generasi muda saat ini. Namun, dibalik kesenangan dan kreativitas yang ditawarkannya, ada juga kekhawatiran yang mendalam tentang bagaimana pengguna TikTok dapat mempengaruhi etika Generasi Muda (Rahman FA et al 2023).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis mendapati beberapa hasil uraian dimana aplikasi TikTok memberikan dampak

yang kurang baik, padahal dalam sisi lain aplikasi TikTok bisa kita manfaatkan sebagai Media edukasi dalam hal yang positif, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait Persepsi Mahasiswa UIAD Sinjai Terhadap Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah .

B. Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan permasalahan dalam penelitian agar tidak meluas, maka peneliti perlu untuk melakukan pembatasan permasalahan penelitian terkhusus pada Persepsi Mahasiswa UIAD Sinjai Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Terhadap Media Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Tentang Media Aplikasi Tiktok ?
2. Bagaimana Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Tentang Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk Mengetahui Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai Tentang Media Aplikasi Tiktok.
2. Untuk Mengetahui Pandangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai Terhadap Aplikasi Tiktok Jika Digunakan Sebagai Media Dakwah.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan penulis dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan bagi pengembangan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam terhadap pemanfaatan media aplikasi tiktok sebagai Media dakwah.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam serta sosial.

- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya di bidang komunikasi penyiaran Islam.

2. Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk pemanfaatan media sosial khususnya tiktok dalam bidang dakwah.
- b. Sebagai bahan masukan bagi pendakwah milenial dalam mensosialisasikan syiar dakwah moderen.
- c. Bagi peneliti bermanfaat sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar S.Sos pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UI Ahmad Dahlan Sinjai.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Tinjauan Tentang Persepsi Mahasiswa.

a. Persepsi Mahasiswa

Menurut Mulyana persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian – balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Selanjutnya Mulyana mengemukakan persepsi adalah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan lain (Mulyana 2016). Menurut Bimo Walgito, persepsi merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Menurut Sarlito W. Sarwono dalam buku Pengantar Umum Psikologi, persepsi atau yang disebut juga sebagai kemampuan untuk mengorganisasikan pengamatan adalah kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, dan memfokuskan (Sarlito W Sarwono 1982).

Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi (2011:50) mengatakan bahwa Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (RAKHMAT, 2011). Sedangkan menurut Clifford T. Morgan, "*Perception is the process of discriminating among stimuli and of interpreting their meanings*". (Persepsi adalah proses membedakan antara banyak rangsangan dan proses menerjemahkan maksud-maksud rangsangan tersebut) (T. Morgan 1961). Kemudian menurut Sunaryo, persepsi dibedakan menjadi 2 macam yaitu External Perception dan Self Perception. External Perception adalah persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar diri individu. Sedangkan Self Perception adalah persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam individu. Menurut Young, persepsi merupakan aktivitas mengindra, mengintegrasikan, dan memberikan

penilaian pada objek-objek fisik maupun objek-objek sosial. Dari beberapa definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi adalah sebuah penafsiran seseorang tentang suatu pengalaman mengenai objek atau peristiwa yang dilihat secara inderawi dan menafsirkan sesuai pada tingkat pemahaman masingmasing yang tidak terlepas dari rangsangan yang datang dari luar (*External Perception*) dan rangsangan dari dalam individu (*Self Perception*) (Sunaryo 2004).

Mahasiswa adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar pada perguruan tinggi, Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pemantapan pendirian hidup (Yusuf 2012). Mahasiswa dapat di definisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi (Siswoyo 2007).

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji 2012). Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelegualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi (Siswoyo 2007).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Persepsi Mahasiswa ialah tanggapan, pandangan, atau penerimaan langsung dari Mahasiswa tentang sesuatu hal melalui pancainderanya atau pemberian makna terhadap sesuatu hal.

b. Prinsip Dasar Persepsi

- 1) Persepsi bersifat relatif bukan absolut. Seseorang tidak dapat menyimpulkan secara persis terhadap suatu peristiwa yang dilihatnya, tetapi secara relatif seseorang dapat menerka terhadap suatu peristiwa berdasarkan kenyataan dari sebelumnya.
- 2) Persepsi bersifat Selektif. Rangsangan yang diterima akan tergantung pada apa yang pernah dipelajari dan apa yang pernah menarik perhatiannya. Ini berarti bahwa ada keterbatasan dalam kemampuan seseorang dalam menerima rangsangan.
- 3) Persepsi mempunyai tatanan. Orang menerima rangsangan tidak dengan cara sembarangan. Ia akan menerimanya dalam bentuk hubungan-hubungan atau kelompok. Jika rangsangan tidak datang lengkap maka ia akan melengkapinya sendiri sehingga hubungan itu menjadi jelas.
- 4) Persepsi dipengaruhi oleh harapan dan kesiapan. Harapan dan kesiapan penerima pesan akan menentukan pesan mana yang akan dipilih untuk diterima. Selanjutnya bagaimana pesan yang dipilih akan ditata dan demikian pula bagaimana pesan akan diinterpretasikan.
- 5) Persepsi seseorang dapat jauh berbeda dengan persepsi orang lain sekalipun situasinya sama. Bahwa perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan individual, sikap, dan motivasi (Aminuddin Slameto 2010, 103).

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi

Jalaluddin Rakhmat mengatakan bahwa faktor yang sangat mempengaruhi persepsi adalah perhatian (Jalaluddin, 2011 : 50). Sedangkan faktor perhatian dibagi menjadi 2 yakni faktor internal dan faktor eksternal (Rakhmat, 2011).

a. Faktor Internal

Individu sebagai faktor internal saling berinteraksi dalam individu mengadakan persepsi. Mengenai keadaan individu yang dapat mempengaruhi hasil persepsi datang dari dua sumber, yaitu berhubungan dengan segi kejasmanian dan segi psikologis. Bila sistem fisiologis terganggu, hal tersebut akan berpengaruh dalam persepsi seseorang. Sedangkan segi psikologis yaitu antara lain mengenai pengalaman, perasaan, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan motivasi akan berpengaruh pada seseorang dalam mengadakan persepsi (B Walgito, 2010, p. 46).

b. Faktor Eksternal

- 1) Stimulus Stimulus dapat dipersepsi, jika stimulus cukup kuat. Bila stimulus berwujud benda-benda bukan manusia, maka ketepatan persepsi lebih terletak pada individu yang mengadakan persepsi, karena benda yang dipersepsi tersebut tidak ada usaha untuk mempengaruhi yang mempersepsi.
- 2) Lingkungan Lingkungan melatar belakangi stimulus juga akan berpengaruh dalam persepsi bila objek persepsi adalah manusia. Objek dan lingkungan yang melatar belakangi obyek merupakan kesatuan yang sulit dipisahkan. Objek yang sama dengan situasi sosial yang berbeda dapat menghasilkan persepsi yang berbeda (B Walgito, 2010, p. 47).

Persepsi muncul karena adanya stimulus, maka stimulus harus cukup kuat dan stimulus harus memiliki kejelasan. Selain itu, keadaan individu juga dapat menjadi faktor pembentukan persepsi terhadap obyek yang dipersepsikan. Keadaan jasmani dan psikologis menjadi faktor keadaan individu yang dapat mempengaruhi persepsi. Sedangkan segi psikologi yang dipaparkan diatas yaitu pengalaman, perasaan, kemampuan berfikir, kerangka acuan dan motivasi akan berpengaruh pada seseorang dalam

mengadakan persepsi. Dari pemaparan diatas, maka persepsi dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu :

- a. Obyek yang dipersepsikan. Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.
- b. Alat Indra (termasuk syaraf dan pusat susunan syaraf). Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Disamping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran.
- c. Perhatian. Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran disaat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi jika kita mengkonsentrasikan pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera lain. Perhatian merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang diajukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

d. Faktor Terjadinya Persepsi

Proses Terjadinya Persepsi Proses terjadinya persepsi dimulai dari objek yang menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Proses ini dinamai proses kealaman (fisik). Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamai proses fisiologis. Kemudian terjadilah suatu proses di otak, sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu, sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterimanya. Proses yang terjadi dalam otak atau pusat kesadaran itulah yang disebut proses psikologis. Taraf terakhir dari proses terjadinya persepsi ialah individu

menyadari apa yang dilihat, didengar ataupun yang dirasakan melalui stimulus yang diterima oleh alat indera atau reseptor (B Walgito, 2010, p. 102). Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi yang sebenarnya. Sedangkan proses terjadinya persepsi didasari pada beberapa tahapan sebagai berikut :

- 1) Stimulus Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus atau rangsangan yang hadir dalam lingkungannya.
- 2) Registrasi Suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syaraf seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya. Kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.
- 3) Interpretasi Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi bergantung pada cara pendalamannya, motivasi dan kepribadian seseorang.

e. Jenis Jenis Persepsi

Menurut Dedy Mulyana, persepsi terbagi dua : Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi sosial (persepsi terhadap manusia). Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis. Perbedaan kedua persepsi tersebut, ialah (Dedy Mulyana 2016, 184) :

- 1) Persepsi terhadap objek melalui lambang – lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan non-verbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- 2) Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam

(perasaan, motif, harapan, dan sebagainya). Kebanyakan objek tidak mempersepsi anda ketika anda mempersepsi objek-objek itu. Akan tetapi manusia mempersepsi anda pada saat anda mempersepsi mereka. Dengan kata lain persepsi terhadap manusia bersifat interaktif.

- 3) Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek.

Persepsi terhadap manusia lebih beresiko daripada persepsi terhadap objek. Persepsi terhadap manusia (Persepsi Sosial) adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas disekelilingnya. Beberapa prinsip mengenai persepsi sosial yang menjadi pembedaan atas perbedaan persepsi sosial (Mulyana .D 2016, 191–207). ini sebagai berikut :

- a) Persepsi berdasarkan pengalaman yaitu Persepsi manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa.
- b) Persepsi bersifat selektif. Setiap manusia sering mendapat rangsangan inderawi sekaligus, untuk itu perlu selektif dari rangsangan yang paling penting. Untuk itu adanya suatu rangsangan merupakan faktor utama menentukan selektifitas kita atas rangsangan tersebut.
- c) Persepsi bersifat dugaan. Persepsi bersifat dugaan terjadi oleh karena data yang kita peroleh mengenai objek lewat penginderaan tidak pernah lengkap.
- d) Persepsi bersifat evaluatif. Terkadang seseorang menafsirkan pesan sebagai suatu proses kebenaran, akan tetapi terkadang alat indera dan persepsi kita menipu kita, sehingga kita juga ragu seberapa dekat persepsi kita dengan realitas yang sebenarnya.
- e) Persepsi bersifat kontekstual. Merupakan pengaruh paling kuat dalam mempersepsi suatu objek. Konteks yang melingkungi kita

ketika melihat seseorang, sesuatu objek atau suatu kejadian sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan prinsipnya yaitu : kemiripan atau kedekatan dan kelengkapan, kecenderungan mempersepsi suatu rangsangan atau kejadian yang terdiri dari struktur dan latar belakangnya.

2. Tinjauan Tentang Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah

a. Aplikasi TikTok

TikTok merupakan aplikasi yang dapat memberikan efek yang unik dan menarik serta bisa digunakan oleh pengguna aplikasi TikTok dengan mudah untuk membuat video pendek yang menarik dan dapat memikat perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi TikTok ialah aplikasi jejaring sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada 16 september 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutio (Warta Ekonomi.co.id 2020). TikTok aplikasi pembuat video pendek dengan didukung musik yang digemari oleh banyak orang seperti orang dewasa sampai anak-anak dibawah umur.

Media sosial juga membuka kesempatan untuk berkolaborasi dengan influencer Muslim atau tokoh publik yang memiliki pengaruh besar. Kolaborasi semacam ini dapat memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan daya tarik pesan yang disampaikan. Dengan kolaborasi ini, pesan dakwah bisa lebih mudah diterima karena disampaikan oleh figur yang sudah memiliki kepercayaan dari pengikutnya (Dabbagh et al., 2015). Analisis ini menggambarkan berbagai peluang yang bisa dimanfaatkan dalam dakwah digital di media sosial, dari interaksi yang lebih intens hingga kemampuan memanfaatkan data untuk strategi dakwah yang lebih baik. Sumber rujukan dari buku dan jurnal yang disertakan memberikan landasan yang kuat untuk memahami potensi yang bisa dioptimalkan dalam dakwah digital (Faridah, 2025).

Aplikasi ini juga dapat melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pengguna lainnya. Pengguna TikTok dapat meniru dan menduetkan dari pengguna video lainnya, seperti

halnya dengan pembuatan video dengan diiringi musik goyang ubur-ubur yang banyak ditiru atau dibuat oleh setiap pengguna. Berbagai konten video yang dapat dibuat dengan mudah dalam aplikasi media sosial TikTok ini. Tidak hanya melihat dan menirukan pengguna juga dapat membuat video dengan kreasinya sendiri. Mereka pula dapat menuangkan ide-ide kreatif yang dimiliki untuk membuat video-video menarik pada aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok ini pula bisa saja membuat pengguna atau pemilik akun terkenal atau dikenal. Biasanya pengguna dapat dikenal pada aplikasi TikTok karena video-video yang mereka buat, seperti terkenal karena videonya yang lucu, video yang dibuatnya memiliki keunikan, kemudian ada juga yang terkenal karena pengguna menyampaikan materi terkait dakwah, lalu ada juga video yang terkenal karena kreatifitasnya. Itu semua dinilai dari setiap penonton dan pengguna TikTok lainnya. Pengguna juga dapat dibuat kecanduan oleh aplikasi ini, mereka selalu ingin membuat sendiri video-video yang unik serta dapat memotivasi dan mengedukasi pengguna lainnya.

b. Sejarah Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok hingga kini masih digandrungi banyak orang, aplikasi yang memperbolehkan para penggunanya untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Pendiri aplikasi TikTok ialah Zhang Yiming, pria asal China yang juga mendirikan Byte Dance. Yiming merupakan lulusan software engineer dari Universitas Nankai, mendirikan perusahaan teknologi ByteDance pada Maret 2012, lewat perusahaannya ialah Yiming mengembangkan aplikasi TikTok. TikTok dikembangkan sebagai pembuat video pendek yang memiliki tujuan untuk merekam dan menyajikan kreatifitas serta momen berharga. TikTok memungkinkan setiap pengguna untuk menjadi kreator dan mensupport pengguna untuk membagikan ekspresi kreatif melalui video berdurasi 15 detik. Aplikasi ini diluncurkan pada bulan September 2016, sepanjang pada tahun 2018 aplikasi TikTok merajai *App Store* dengan

unduhan lebih dari 500 juta kali.

Sebagian besar pengguna TikTok diketahui merupakan anak muda, hal itu sesuai dengan target TikTok yang menargetkan lebih kepada generasi muda. Menurut Fatimah Kartini Bohang pada tahun 2018 jumlah pengunduhan tersebut mengalahkan aplikasi populer lain semacam *YouTube*, *WhatsApp*, *Facebook Messenger*, dan *Instagram*. Aplikasi TikTok pernah diblokir pada 3 Juli 2018, Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati akan banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini, terhitung sampai 3 Juli tersebut laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan (Wisnu Nugroho Aji 2018).

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok

Menurut Mulyana menyatakan ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi pengguna TikTok yaitu internal dan eksternal. Untuk faktor internal meliputi perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan, atau harapan, perhatian (fokus), keadaan fisik, proses belajar, nilai, dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran dan keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek (Demmy Deriyanto 2018).

1. Faktor Internal

Dalam faktor internal ini aplikasi TikTok dapat mempengaruhi perasaan seseorang. Menurut Ahmadi perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang kita alami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi, disini Ahmadi menerangkan jika seseorang yang perasaan atau jiwanya tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi TikTok ini maka orang tersebut tidak akan menggunakan Aplikasi TikTok. Menurut W. Wundt dalam Ahmadi perasaan tidak hanya dapat dilihat atau dialami oleh individu sebagai

perasaan senang atau tidak senang melainkan dapat dilihat dari berbagai dimensi. Jadi menurutnya hal tersebut pula dapat dilihat dari tingkah laku pengguna Aplikasi TikTok sehingga kita dapat melihat perasaan yang sedang dirasakan pengguna. Masing-masing Individu memiliki cara yang berbeda dalam menggunakan Aplikasi TikTok, karakteristik dan sikap setiap orang ada yang introvert dan ekstrovert. Biasanya introvert lebih tertutup dan memilih untuk mengungkapkan segala masalahnya melalui media sosial seperti TikTok, sedangkan orang ekstrovert lebih memilih terbuka menceritakan segala masalahnya kepada orang terdekatnya.

Gerungan mengatakan prasangka merupakan sikap perasaan orang-orang terhadap golongan manusia tertentu, golongan rasa tau kebudayaan yang berbeda dengan golongan orang yang berprasangka itu. Jadi dapat diartikan setiap orang memiliki penilaian atau prespektif sendiri sebelum menggunakan hal-hal baru, contohnya seperti Aplikasi TikTok yang memiliki sisi negative dan positif, disini pengguna dapat menentukan atau berprasangka jika aplikasi tersebut bermanfaat atau memberikan efek yang baik bagi dirinya maka tidak ada hal negative dalam penggunaan aplikasi TikTok. Dan sebaliknya jika pengguna berprasangka atau memberikan penilaian buruk terhadap Aplikasi TikTok maka orang tersebut tidak akan menggunakannya.

Faktor internal sangat berpengaruh terhadap pengguna yang menggunakan aplikasi TikTok. Dimana faktor internal juga dapat berpengaruh terhadap proses belajar seseorang dalam menggunakan media sosial seperti aplikasi TikTok. Pengguna aplikasi TikTok tidak hanya dapat menikmati hiburan semata saja tetapi juga dapat belajar berinteraksi dengan orang-orang baru, kemudian belajar meningkatkan kreatifitas dalam membuat video yang menarik untuk mendapat *like* dan *view* dari pengguna lainnya. Tetapi jika dilihat dari sisi negatifnya juga ketika pengguna terlalu berlebihan atau candu

menikmati aplikasi TikTok itu juga dapat membuat seseorang menjadi malas dan tidak ingat terhadap waktu.

2. Faktor Eksternal

Dalam aplikasi TikTok kebanyakan orang memperoleh informasi dari berbagai video contohnya kejadian yang bersifat seperti video kapal tenggelam atau dalam bentuk dokumentasi lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna TikTok. Nasrullah menjelaskan bahwa informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Aplikasi TikTok lebih efektif dalam menyampaikan informasi yang berbentuk interaksi sosial ketimbang menyampaikan informasi dalam bentuk berita, dikarenakan banyak pengguna TikTok yang menggunakannya sebagai media hiburan dan untuk memperluas jejaring sosial. Selain itu TikTok juga dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang.

d. Fitur – Fitur Aplikasi TikTok

Tak jauh berbeda dari aplikasi media sosial lainnya aplikasi TikTok pula memiliki beberapa fitur yang dapat digunakan, kini pengguna sudah bisa berkreasi secara kreatif sesuai dengan kemampuannya, pengguna dapat menggunakan fitur-fitur di TikTok untuk mendapatkan hasil yang lebih menarik.

Tabel 2.1

Fitur Aplikasi Tiktok

Fitur	Kegunaan
Rekam Suara	Merekam suara melalui ponsel, kemudian diintrgrasikan kedalam akun TikTok milik Personal

Rekam Video	Merekam video melalui ponsel, kemudian diintegrasikan kedalam akun TikTok milik personal
<i>Backsound</i> (suara latar)	Menambahkan suara latar yang dapat diunduh dari media penyimpanan aplikasi TikTok
Edit	Memperbaiki dan menyunting draf video yang telah dibuat
Share	Membagikan video yang sudah diedit

e. TikTok Sebagai Media Dakwah

Dakwah dengan berbagai dinamika yang melingkupinya memerlukan kreatifitas dan inovasi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman yang ada. Konsep *al-islamu sholih likulli zaman wal makan* (Islam sesuai kondisi waktu dan tempat merupakan prinsip yang dipegang para da'i dalam mengemban tugas sucinya. Keindahan islam yang tersurat dan tersirat indah dalam al-qur'an dan hadits hanya akan menjadi kekuasaan tuhan yang tersembunyi apabila tidak dapat dipahami dan diamalkan kepada mad'u dakwah (Sholihatul Atik Hikmawati 2021).

Kini para da'i harus lebih memperhatikan akses dan sumber-sumber teknologi yang mulai semakin pesat perkembangannya. Karena saat ini komunikator Islam tidak hanya perlu menguasai ilmu agama dan ilmu umum untuk memberikan materi yang disampaikan kepada mad'u, tetapi juga memerlukan media sebagai sarana yang efektif dalam berdakwah. Khoirul Kaprodi Manajemen Pendidikan Islam menyatakan bahwa TikTok memiliki peluang untuk menciptakan literasi khasanah

keilmuan tentang agama islam yang sangat diperlukan oleh masyarakat luas dengan disajikan sesuai pola hidup masyarakat sekarang yang tidak bisa jauh dari smartphone.

Jadi dari pernyataan yang diungkapkan oleh Khoirul dirinya aplikasi TikTok ini sangat berguna untuk dimanfaatkan sebagai media dakwah para da'i dapat berdakwah melalui video pendek dan dapat dikreasikan secara menarik sesuai kreatifitas para da'i, sehingga para pengguna TikTok lainnya dapat tertarik untuk mengikuti akun dakwah tersebut. Sudah banyak pengguna TikTok yang menggunakan akunnya sebagai media dakwah seperti halnya akun TikTok @ustadzdaeng, @syam_elmarusy dan masih banyak lagi yang menggunakan akun TikToknya untuk berbagi pesan dakwah bukan seperti pengguna lainnya.

Ustadz syam dan Daeng Syawal sering membagikan pesan dakwah dan ajaran-ajaran islam lainnya, pesan tersebut dikemas dalam bentuk video berdurasi pendek dan diiringi lagu islami atau shalawat. Disini Daeng Syawal dan Ustadz Syam ingin memperlihatkan bahwa pengguna TikTok bukan hanya sekedar goyang atau hal lainnya namun bisa digunakan dengan berbagi ilmu pengetahuan terutama dalam Islam.

B. Penelitian Relevan

- 1) Peneliti oleh Agus Mulyana (2019), Skripsi dengan judul *“Persepsi Mahasiswa Tentang Dakwah Melalui Facebook”* Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi mahasiswa ditengah kejumudan perkembangan dakwah dari penelitian penulis dapat temuan sebagai berikut: yaitu facebook memberikan banyak sekali manfaat sebagai media dakwah salah satu mempermudah menyebarkan dakwah islam secara otomatis sehingga facebook dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah secara umum.
- 2) Peneliti oleh Darty Herma Nurila (2023), dengan judul *“Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok sebagai Media Dakwah”* Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif yang akan memberi

penjelasan dan gambaran mengenai realitas persepsi mahasiswa terhadap aplikasi Tik Tok sebagai media dakwah. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa KPI NIM 2018 sampai NIM 2020 sebanyak 37 orang yang telah memenuhi kriteria peneliti. Hasil penelitian ini adalah penggunaan Tik Tok dikalangan mahasiswa KPI sebagai media dakwah hanya sekedar penikmat konten saja, kemudian dari 37 mahasiswa KPI sebanyak 36 orang mendukung penggunaan aplikasi Tik Tok sebagai media dakwah karena Tik Tok menggunakan teknologi yang canggih sehingga menjadikan dakwah lebih menarik dan diminati. Adapun penyebab mahasiswa KPI tidak membuat konten dakwah di aplikasi Tik Tok adalah kurangnya kepercayaan diri, minat dan motivasi mahasiswa untuk membuat konten dakwah, konten dakwah susah untuk *FYP* serta keinginan mahasiswa untuk mengikuti *trend* yang sedang *viral*.

- 3) Peneliti oleh Chintia Arnita (2020), dengan judul “Persepsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Batusangkar Tentang Profesi Da’i (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2017-2019)” dimana Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif, yang mana merupakan penelitian yang mengungkapkan fenomena yang terjadi dilapangan (populasi yang sedang diteliti), peneliti akan menggambarkan hasil penelitian yang mengungkapkan tentang persepsi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Batusangkar angkatan 2017, 2018, dan 2019 tentang profesi *Da’i*. Hasil penelitian yang diperoleh oleh persepsi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Batusangkar angkatan 2017, 2018 dan 2019 tentang profesi *Da’i* adalah sebesar 37,8% dan 86,7% dari faktor yang peneliti teliti. Artinya persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Batusangkar tentang profesi *Da’i* yang ditinjau dari 2 indikator (duniawi dan ukhrawi) adalah tidak setuju dengan pernyataan *Da’i* itu adalah profesi kampung/rendahan dan setuju dengan pernyataan *Da’i* itu adalah pemandu (*guide*) ke jalan kebaikan.

- 4) Jurnal penelitian oleh Nuraliah Ali,dkk. (2023) Penelitian ini mengkaji tentang Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap perilaku keagamaan di kalangan mahasiswa. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, juga menggunakan metode studi komparatif dengan responden penelitian yaitu mahasiswa muslim di Universitas Palangka Raya dan Institut Agama Islam Negeri PalangkaRaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial khususnya aplikasi *TikTok* digunakan mahasiswa dengan intensitas yang cukup tinggi dan kecenderungan yang berbeda. Tidak hanya sekadar media komunikasi namun berkembang menjadi media hiburan atau media dakwah karena tertarik dengan berbagai konten/fitur agama. Penggunaan media sosial Tik tok yang secara terus menerus berdampak pada perilaku keagamaan yang kurang baik seperti melalaikan kewajiban beribadah.

Adapun persamaan dan perbedaan dari semua penelitian relevan yang ada dengan penelitian ini yaitu persamaannya membahas tentang Persepsi Mahasiswa dalam penyampaian Dakwah khususnya penelitian relevan nomor 1,2, dan 3 dengan jenis penelitian dan pendekatan penelitian terbilang cukup mirip dimana penelitian relevan 1 dan 2 menggunakan metode Kualitatif Deskriptif. Selain itu perbedaan yang peneliti dapatkan mengenai tempat penelitian, dimana penelitian relevan 3 dilakukan di IAIN Batu sangkar dan penelitian relevan 4 dilakukan di Universitas Palangkaraya dan IAIN Palangkaraya sedangkan penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. selain itu jenis penelitian relevan 3 dan 4 menggunakan jenis dan pendekatan penelitian Kuantitatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Fenomenologi. Penelitian fenomenologi adalah suatu penelitian ilmiah yang mengkaji dan menyelidiki suatu peristiwa yang dialami oleh seorang individu, sekelompok individu atau sekelompok makhluk yang hidup. Suatu kejadian menarik terjadi dan menjadi bagian dari pengalaman hidup subjek penelitian (Lexy j Moleong 2019).

Fenomenologi adalah pendekatan penelitian kualitatif yang berfokus pada upaya memahami dan menggambarkan pengalaman hidup individu sebagaimana mereka menghayatinya. Dalam fenomenologi, peneliti berusaha menangkap *makna esensial* dari suatu pengalaman manusia dengan menanggalkan asumsi pribadi (*bracketing*) dan memberi ruang bagi perspektif murni partisipan. Penelitian fenomenologi menekankan pemaknaan subjektif, struktur kesadaran, dan proses bagaimana pengalaman tersebut dipahami oleh individu dalam konteks kehidupannya. Literatur 2023–2024 menekankan bahwa fenomenologi tidak hanya menggali pengalaman, tetapi juga pola-pola makna yang muncul dari interaksi individu dengan lingkungannya, sehingga menghasilkan pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara holistik dan kontekstual (Van Manen, M 2023).

Dalam kajian fenomenologi, pengalaman diartikan sebagai pengalaman yang dialami oleh seseorang, sekelompok orang, atau sekelompok hewan hidup secara sadar (*conscious experience*). Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phaenesthai*, yang berarti “menunjukkan diri sendiri, memperlihatkan”. Fenomenologi juga berasal dari kata Yunani *thighinomenon*, yang berarti “gejala” atau “apa yang tampak sedemikian rupa” sehingga nyata bagi yang mengamatnya (Fathoni Abdurrahmat 2011).

Penelitian fenomenologi yaitu jenis penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar lebih dekat dan terperinci penjelasan dan pemahaman individual tentang pengalaman- pengalamannya. Penelitian fenomenologi memiliki tujuan yaitu guna menginterpretasikan serta menjelaskan pengalaman-pengalaman yang dialami seseorang dalam kehidupan ini, termasuk pengalaman saat interaksi dengan orang lain dan lingkungan sekitar. Dalam konteks penelitian kualitatif, kehadiran suatu fenomena dapat dimaknai sebagai sesuatu yang ada dan muncul dalam kesadaran peneliti dengan menggunakan cara serta penjelasan tertentu bagaimana proses sesuatu menjadi terlihat jelas dan nyata. Pada penelitian fenomenologi lebih mengutamakan pada mencari, mempelajari dan menyampaikan arti fenomena, peristiwa yang terjadi dan hubungannya dengan orang-orang biasa dalam situasi tertentu. Penelitian kualitatif termasuk dalam penelitian kualitatif murni karena dalam pelaksanaannya didasari pada usaha memahami serta menggambarkan ciri-ciri intrinsik dari fenomena-fenomena yang terjadi pada diri sendiri (Sugiarto 2015).

Untuk itu, data primernya adalah data yang berasal dari lapangan. Sehingga data yang didapat benar-benar sesuai dengan realitas mengenai fenomenafenomena yang ada di lokasi penelitian tersebut. Maka dari itu disini peneliti menggunakan jenis penelitian *Fenomenologi*, agar dapat mencari data di lapangan secara detail dan terperinci dengan cara mengamati dari fenomena terkecil yang menjadi acuan titik permasalahan, sampai mengamati fenomena terbesar serta berusaha mencari solusi permasalahan demi kemaslahatan bersama.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti ditekankan untuk bersifat realitas dan menciptakan hubungan secara sosial antara peneliti dengan subjek yang diteliti (Noon, 2017). Menurut Kirk

dan Miller, penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena, perilaku, atau realitas sosial melalui pengumpulan data non-numerik seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Pendekatan ini menekankan makna, konteks, dan interpretasi dari perspektif partisipan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat langsung dalam proses pengumpulan dan analisis data, sehingga hasil penelitian bersifat deskriptif, mendalam, dan kaya konteks (Moleong, L.J 2021).

Subjek penelitian kualitatif adalah manusia baik secara konseptual maupun keberadaannya dalam suatu konteks. David Williams mengemukakan definisi penelitian kualitatif sebagai pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh peneliti yang tertarik secara alamiah. David Williams terhadap penelitian kualitatif terletak pada karakter alamiahnya, baik dalam teknik pengumpulan data, metode, serta proses penelitian yang dilakukan peneliti (Widiawati 2020). penelitian kualitatif lebih melihat pada kualitas objek penelitian misalnya, nilai, makna, emosi manusia, penghayatan keberagaman, keindahan karya seni, nilai sejarah dan lain-lain (Abdussamad 2019).

B. Definisi Operasional

Berdasarkan kajian teori yang telah diuraikan dalam proposal penelitian yang berjudul “Persepsi Mahasiswa UIAD Sinjai Terhadap Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah”. Untuk menghindari perbedaan pengertian atau kesalahpahaman makna, maka penulis kemukakan pengertian Persepsi, serta apa itu Media Aplikasi Tiktok Sebagai Syiar Dakwah. Berdasarkan pada definisi operasional di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa persepsi adalah sebuah penafsiran seseorang tentang suatu pengalaman mengenai objek atau peristiwa yang dilihat secara inderawi dan menafsirkan sesuai pada tingkat

pemahaman masing masing yang tidak terlepas dari rangsangan yang datang dari luar (*External Perception*) dan rangsangan dari dalam individu (*Self Perception*).

Sedangkan Media TikTok merupakan aplikasi yang dapat memberikan efek yang unik dan menarik serta bisa digunakan oleh pengguna aplikasi TikTok dengan mudah untuk membuat video pendek yang menarik dan dapat memikat perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi TikTok ialah aplikasi jejaring sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada 16 september 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Dakwah dengan berbagai dinamika yang melingkupinya memerlukan kreatifitas dan inovasi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman yang ada. Konsep *al-islamu sholih likulli zaman wal makan* (Islam sesuai kondisi waktu dan tempat merupakan prinsip yang dipegang para Da'i dalam mengemban tugas sucinya. Keindahan Islam yang tersurat dan tersirat indah dalam Al-Qur'an dan Hadits. Maka dari itu meleak media sangat penting bagi para Penceramah dan Da'i sebagai sarana untuk mensyiarkan ajaran Agama.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lingkup Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Sekretariat Himaprodi KPI.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang akan digunakan Peneliti dalam penelitian ini terhitung mulai bulan September 2024 - Mei 2025.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Berdasarkan judul yang akan diteliti, yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. Dengan Jumlah 15 Mahasiswa dari semester 2, 4 dan 6 masing-masing 5 Mahasiswa.

2. Objek Penelitian

Berdasarkan judul yang akan diteliti, maka yang menjadi objek penelitian adalah persepsi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai terhadap aplikasi tiktok sebagai media dakwah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada pelaksanaan penelitian, peneliti akan terlibat langsung dalam proses mengumpulkan data, mengelolah data, serta menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan seseorang, maka observasi tidak terbatas pada seseorang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Yusuf, 2019). Observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai terhadap Aplikasi TikTok sebagai media Dakwah.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to*

face) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya (Yusuf, 2019). Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai terhadap Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah. Adapun jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian yaitu wawancara terencana dan terstruktur adalah suatu bentuk wawancara di mana pewawancara dalam hal ini peneliti menyusun secara terperinci dan sistematis rencana atau pedoman pertanyaan menurut pola tertentu dengan menggunakan format yang baku.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumentasi tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumen ini dapat berupa teks tertulis, *artefact*, gambar maupun foto video dan rekaman (Yusuf, 2019). Adapun dokumentasi yang dimaksud yaitu dokumen berbentuk foto, gambar atau video terkait dengan pernyataan persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tentang Aplikasi Tiktok sebagai media dakwah, serta dokumen lain yang menjadi kebutuhan dalam penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono 2013). Adapun *instrumen* pendukung atau alat bantu dalam proses penelitian yaitu:

1. Pedoman wawancara, yaitu berisi daftar pertanyaan terkait dengan persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai terhadap Aplikasi TikTok sebagai media dakwah.
2. Alat dokumentasi, yaitu alat bantu yang berfungsi untuk mengumpulkan bukti-bukti dokumentasi seperti handphone, kamera, dan alat perekam.
3. Alat bantu dalam observasi misalnya tape recorder, buku, pulpen, dan catatan hasil penelitian baik berupa lembaran pertanyaan untuk wawancara kepada narasumber.

G. Keabsahan Data

Uji Keabsahan data dalam penelitian “Persepsi Mahasiswa UIAD Sinjai terhadap Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah” dilakukan melalui beberapa langkah komprehensif agar data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi objektif di lapangan. Uji keabsahan data ini terutama mengacu pada konsep kredibilitas, keteralihan, ketergantungan, dan konfirmabilitas sebagaimana dijelaskan oleh Miles, Huberman & Saldana serta Moleong. Untuk mencapai kredibilitas, peneliti melakukan perpanjangan pengamatan dengan kembali ke lapangan guna memastikan konsistensi informasi terkait bagaimana mahasiswa menggunakan TikTok sebagai media dakwah. Peneliti juga meningkatkan ketekunan dengan membaca ulang seluruh data, mencocokkan jawaban antar-informan, serta menelaah ulang hasil transkripsi dan proses pengkodean sehingga analisis tidak dilakukan secara tergesa-gesa. Selain itu, dilakukan triangulasi yang mencakup triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan seperti mahasiswa pengguna TikTok, dosen, dan pihak lain yang memahami perilaku digital mahasiswa. Triangulasi teknik dilakukan dengan menggabungkan wawancara mendalam, observasi penggunaan TikTok, serta dokumentasi berupa konten dakwah atau aktivitas pengguna. Sementara itu, triangulasi waktu dilakukan dengan pengambilan data pada waktu yang bervariasi untuk melihat konsistensi jawaban informan. Kredibilitas juga diperkuat melalui proses member check, yakni memperlihatkan kembali hasil wawancara atau ringkasan temuan kepada informan untuk memastikan bahwa

data yang dituliskan peneliti benar-benar sesuai dengan apa yang mereka maksudkan.

Aspek keteralihan atau transferability dipenuhi dengan memberikan deskripsi yang rinci dan mendalam mengenai konteks penelitian, termasuk karakteristik mahasiswa UIAD Sinjai, gambaran penggunaan TikTok di lingkungan kampus, serta latar sosial-budaya yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap dakwah digital. Dengan menyediakan uraian lengkap mengenai latar penelitian, karakter informan, serta prosedur pengumpulan data, pembaca dapat menilai apakah hasil penelitian ini dapat diterapkan pada konteks lain atau lembaga pendidikan yang memiliki karakteristik serupa. Selain itu, peneliti memastikan bahwa setiap langkah prosedural dijelaskan secara sistematis sehingga penelitian dapat direplikasi apabila diperlukan.

Dalam aspek ketergantungan atau dependability, peneliti menyusun jejak audit (audit trail) secara lengkap dengan menyimpan seluruh dokumen penelitian seperti pedoman wawancara, catatan lapangan, transkrip wawancara, hasil pengkodean, serta semua langkah analisis data. Proses ini kemudian diperiksa oleh dosen pembimbing atau ahli metodologi guna memastikan bahwa penelitian dilaksanakan secara konsisten dan sesuai dengan kaidah ilmiah. Seluruh proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis, mulai dari pemilihan informan hingga proses analisis, sehingga apabila penelitian ini diulang oleh peneliti lain pada kondisi yang sama, besar kemungkinan hasilnya tetap konsisten.

Sementara itu, konfirmabilitas dijaga dengan memastikan bahwa temuan penelitian benar-benar bersumber dari data dan bukan bias dari peneliti. Upaya ini dilakukan melalui pemeriksaan oleh ahli (expert judgment), dokumentasi bukti berupa kutipan wawancara, hasil observasi, serta data digital dari konten TikTok yang relevan. Peneliti juga membuat catatan refleksi untuk menjaga netralitas selama proses analisis sehingga interpretasi tidak dipengaruhi oleh pandangan pribadi. Seluruh temuan yang dihasilkan selalu didukung oleh bukti nyata yang dapat diverifikasi. Melalui penerapan keempat aspek keabsahan data tersebut secara menyeluruh, penelitian ini dapat

dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan menghasilkan temuan yang benar-benar valid, dapat dipercaya, serta mencerminkan persepsi mahasiswa UIAD Sinjai terhadap aplikasi TikTok sebagai media dakwah secara akurat dan mendalam.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Misalnya untuk menguji kredibilitas data tentang pola komunikasi pimpinan, maka pengumpulan dan pengujian data yang diperoleh dilakukan ke pegawai yang tergabung dalam struktural, ke pimpinan yang memberikan gambaran konsep tugas dan fungsi pegawai yang merupakan suatu kelompok kerja sama. Data dari ke tiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mengelompokkan pandangan yang sama, yang berbeda, dan spesifik dari tiga sumber data tersebut. data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan yang selanjutnya meminta kesepakatan kepada tiga sumber data tersebut.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dengan wawancara, kemudian melakukan pengecekan dengan observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Jika dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar, atau mungkin semuanya benar, karena adanya sudut pandangan yang berbeda-beda.

3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering memengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara bisa saja dipengaruhi dengan waktu pada saat melakukan wawancara misalnya, pada saat melakukan

wawancara pada pagi hari saat narasumber masih segar, belum memiliki banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sampai menemukan data yang pasti (Sugiyono 2013).

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan, yang seluruhnya dilakukan secara berkesinambungan sejak peneliti berada di lapangan hingga penelitian selesai. Proses reduksi data dilakukan dengan cara menyeleksi, menyederhanakan, serta memfokuskan berbagai informasi yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terkait persepsi mahasiswa UIAD Sinjai terhadap penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah. Pada tahap ini peneliti membaca seluruh transkrip wawancara secara berulang, mengidentifikasi tema-tema penting, mengelompokkan jawaban informan, serta membuang data yang tidak relevan agar diperoleh gambaran yang lebih terarah. Setelah data direduksi, tahap berikutnya adalah penyajian data, yaitu menyusun informasi yang telah dikelompokkan tadi ke dalam bentuk uraian naratif, tabel ringkasan, atau matriks tema agar hubungan antar kategori dapat terlihat secara jelas. Penyajian data ini bertujuan agar peneliti mampu memahami pola-pola persepsi mahasiswa mengenai efektivitas, manfaat, tantangan, serta kredibilitas dakwah di TikTok secara lebih sistematis.

Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap sejak proses pengumpulan data berlangsung. Peneliti menelaah kembali pola-pola yang muncul, mencermati kesesuaian antar kategori, dan menghubungkannya dengan teori dakwah digital dan perilaku komunikasi mahasiswa. Kesimpulan yang dihasilkan pada tahap awal bersifat sementara sehingga perlu diverifikasi kembali melalui pencocokan ulang dengan data mentah, melakukan klarifikasi

kepada informan jika diperlukan, serta membandingkan dengan temuan lapangan lainnya. Proses verifikasi ini dilakukan agar kesimpulan akhir benar-benar didukung oleh bukti yang kuat dan tidak bertentangan dengan data empiris. Seluruh proses analisis dilakukan secara siklis—peneliti dapat kembali ke tahap reduksi atau pengumpulan data apabila ditemukan hal baru yang membutuhkan pendalaman. Dengan menggunakan model analisis interaktif ini, penelitian diharapkan menghasilkan pemahaman yang mendalam, terstruktur, dan akurat mengenai bagaimana mahasiswa UIAD Sinjai memaknai TikTok sebagai media penyampaian dakwah, baik dari segi daya tarik, efektivitas, maupun pengaruhnya terhadap pemahaman dan praktik keagamaan. Sebuah penelitian, data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis data kualitatif Sebagaimana yang dikutip oleh Syahrums bahwa ;

“Model interaktif dari Mils dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan” (Syahrums S 2012).

Dalam penelitian kualitatif analisis data yang terbaik dilakukan sejak awal penelitian. Peneliti tidak boleh Menunggu data lengkap terkumpul dan kemudian menganalisisnya. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa analisis data merupakan suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi dan catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan sehingga memungkinkan temuan peneliti dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain (Yusuf. M 2019). Teknik analisis data dapat dilakukan dengan tiga langkah yang telah disebutkan sebelumnya yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan yang akan dijelaskan lebih lanjut.

1. Reduksi Data

Miles dan Huberman menjelaskan bahwa reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Syahrums 2012, 71).

3. Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono 2013, 95).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Organisasi Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan

Organisasi ini bernama himpunan mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai disingkat HIMKOPIS Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai. Organisasi ini didirikan pada tanggal 03 Desember 2017, berdasarkan hasil keputusan rapat mahasiswa KPI Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam IAI Muhammadiyah Sinjai dan di bentuk untuk jangka waktu yang tidak di tentukan. HIMKOPIS merupakan Organisasi yang berkedudukan di kampus Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai yang dinaungi oleh Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam (FUKIS) Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai (UIAD). HIMKOPIS berasaskan Pancasila, UUD 1945 dan caturdharma Perguruan tinggi (Penelitian, pendidikan, pengabdian kepada masyarakat, al-Islam kemuhammadiyaan serta tidak bertentangan dengan pancasila). Melaksanakan kegiatan-kegiatan dalam berbagai bidang sesuai dengan sifat, fungsi serta visi, misi dan tujuan HIMKOPIS.

- a. Menjalankan program kerja yang telah dirumuskan pada rapat kerja dan pembahasan anggaran dasar.
- b. Menghimpun dan memberdayakan mahasiswa demi terciptanya mahasiswa yang islami, komunikatif, dan berdaya saing (Annisa, 2024)

Semenjak didirikan tahun 2017 sampai dengan saat ini himkopis sudah menjadi ketua umum himpunan mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam dari mulai didirikan sampai sekarang. Adapun nama-nama ketua umum yang pernah menjabat :

No	Nama	Priode	Alamat
1.	Ismail S.Sos	2017-2018	Desa Ellue Kajuaran Kab.Bone
2.	Riska S.Sos	2017-2018	Desa Alenangka, Sinjai Selatan
3.	Mutiara Ramli S.Sos	2018-2019	Desa Raja, Kajuara Kab.Bone
4.	Mursalim S.Sos	2019-2020	Desa Talle, Sinjai Selatan
5.	Muammaruddin	2020-2021	Jl.Lompobattang Sinjai Utara
6.	Muslimin	2020-2021	Desa Patohoni, Sinjai Selatan
7.	Ridwan Wabula	2022-2023	Ambon Maluku Utara
8.	Fikra Asmari	2023-2024	Desa Bua Sinjai Timur
9.	Ikramullah	2024-2025	Desa Biroro Sinjai Timur
10.	Arman Maulana	2025-2026	Bulupoddo

Tabel 4. 1 Nama-Nama Ketua Umum Organisasi Himpunan Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam.



Gambar Struktur Bagian Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam

2. Sejarah Prodi KPI

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam merupakan salah satu program studi di bawah naungan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai yang beralamat di jalan Sultan Hasanuddin No.20 Balangnipa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.

Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam merupakan salah satu Fakultas di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai. Cikal bakal Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam telah ada sejak berubahnya nama lembaga pendidikan dari Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Muhammadiyah Sinjai menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah yang melakukan penambahan Program Studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam.

Peralihan status STAIM Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai berdasarkan SK Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 6722 Tahun 2015 tanggal 24 November 2015. Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai bertempat di Kabupaten Sinjai Provinsi Sulawesi Selatan yang dari sejak awal pendiriannya untuk batas waktu yang tidak ditentukan, setelah peralihan status dari sekolah tinggi ke institut, Prodi Bimbingan dan Penyuluhan Islam dijadikan sebagai satu fakultas setelah ditambahkan dengan Prodi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir.

Dengan demikian, Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam resmi terbentuk dengan membina dua program studi, yaitu Program Studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam yang terbentuk sejak tanggal 16 Juni 1995 sesuai surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 226/1995 dan Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir yang terbentuk sejak Tahun 2015 sesuai dengan SK Kementrian Agama RI. Nomor 361 Tahun 2015. Setelah terbentuknya Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam yang membina dua jurusan, Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam kemudian mengusulkan untuk pembukaan prodi baru, yaitu Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam. Setelah melalui sebuah

proses yang cukup panjang, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam resmi dibuka dengan diterimanya SK Direktur Jenderal Pendidikan Islam RI No. 5374 Tahun 2016 tertanggal 26 September 2016 tentang izin penyelenggaraan program.

Pada tahun 2017 tepatnya di bulan Mei, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam IAI Muhammadiyah Sinjai bergabung dengan Asosiasi Komunikasi dan Penyiaran Islam Indonesia. Hal ini ditandai dengan diterimanya piagam penghargaan ASKOPIS bernomor 04/ASKOPIS/P.H/A/XII/2016 dengan Nomor Induk Keanggotaan: 16.02.A.0009(Fukis 2020) .

3. Visi, Misi dan Tujuan

VISI

“Menjadi Program studi yang Islami, Komunikatif dan Berdaya Saing berbasis riset dan teknologi di tahun 2027“

MISI

Untuk mewujudkan Visi prodi KPI Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam (FUKIS) di tetapkan misi sebagai berikut:

1. Menyenggarakan pendidikan dan pengajaran yang Islami, Komunikatif dan Berdaya Saing Berbasis Riset dan Teknologi dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam
2. Melakukan dan mengembangkan penelitian yang Islami, Komunikatif dan Berdaya Saing berbasis Teknologi dan kerjasama dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Melakukan dan mengembangkan Pengabdian Kepada Masyarakat yang Islami, Komunikatif dan Berdaya Saing Berbasis Riset dan Teknologi Dalam Bidang Komunikasi Dan Penyiaran Islam.
4. Melakukan kajian Al Islam dan Kemuhammadiyah yang Komunikatif dan Berdaya Saing Berbasis Riset dan Teknologi Dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam(Fukis 2020).

TUJUAN

1. Menghasilkan Sarjana yang Islami, komunikatif dan berdaya saing yang Berbasis Riset dan Teknologi dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.
2. Menghasilkan produk penelitian berbasis teknologi dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Menghasilkan produk PKM berbasis riset dan teknologi dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Meningkatkan pemahaman keislaman dan kemuhammadiyah dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam(Fukis 2020).

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

a. Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai Terhadap Aplikasi Tiktok

Persepsi mahasiswa KPI UIAD Sinjai terhadap aplikasi TikTok sebagai media dakwah menunjukkan adanya pandangan yang beragam, baik yang bersifat pro maupun kontra. Mahasiswa yang memiliki persepsi positif pada umumnya melihat TikTok sebagai media dakwah modern yang sesuai dengan karakter generasi digital saat ini. Menurut mereka, TikTok mampu menyebarkan pesan keagamaan secara cepat, menarik, dan kreatif melalui format video pendek yang lebih mudah dicerna oleh pengguna muda. Algoritma TikTok yang mampu memviralkan konten dinilai sangat efektif dalam memperluas jangkauan dakwah, bahkan ke audiens yang sebelumnya kurang tertarik pada konten keagamaan. Selain itu, mahasiswa yang pro menilai bahwa penyaji dakwah di TikTok sering menghadirkan gaya penyampaian yang ringan, komunikatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari sehingga lebih mudah diterima. Hal ini dianggap sebagai bentuk inovasi dakwah yang adaptif terhadap perkembangan media digital, sehingga pesan-pesan keagamaan tidak hanya tersampaikan, tetapi juga bisa dikemas secara kreatif dan menghibur tanpa kehilangan substansi.

Sebagian mahasiswa KPI memiliki persepsi kontra atau kritis terhadap TikTok sebagai media dakwah. Mereka berpendapat bahwa platform ini memiliki karakteristik hiburan yang sangat dominan sehingga berpotensi mengaburkan esensi dakwah itu sendiri. Konten dakwah yang dikemas terlalu singkat dikhawatirkan akan mengurangi kedalaman pesan dan menyebabkan terjadinya penyederhanaan yang berlebihan terhadap ajaran Islam. Selain itu, mereka menyoroti adanya fenomena “ustaz instan” atau kreator dakwah yang dianggap belum memiliki kapasitas keilmuan yang memadai namun tetap memberikan nasihat keagamaan yang berpotensi menyesatkan. Kekhawatiran lain muncul dari lingkungan TikTok yang sering kali bercampur dengan konten negatif, sehingga pesan dakwah dapat kehilangan suasana sakral karena berada berdampingan dengan konten yang tidak relevan atau bahkan bertentangan dengan nilai-nilai agama. Sebagian mahasiswa juga mengkritik bagaimana beberapa kreator dakwah lebih mengejar popularitas, like, dan followers daripada keikhlasan atau keakuratan materi dakwah yang dibawakan.

Dengan demikian, persepsi mahasiswa KPI UIAD Sinjai berada pada spektrum yang luas. Ada kelompok yang menilai TikTok sebagai ruang dakwah yang inovatif, efektif, dan sesuai dengan perkembangan zaman; namun ada pula kelompok yang memandangnya dengan hati-hati karena potensi distorsi nilai, reduksi substansi, dan komersialisasi dakwah. Perbedaan persepsi ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kesadaran kritis dalam menilai penggunaan media digital sebagai sarana dakwah, sekaligus menandakan bahwa dakwah melalui TikTok perlu terus dikembangkan secara bijaksana agar mampu menyeimbangkan kreativitas, efektivitas, dan akurasi keilmuan keagamaan.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah memberikan makna pada stimulus

inderawi. Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori (Rakhmat, 2011).

Menurut Mulyana, persepsi merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi. Dari pengertian tersebut, terdapat perbedaan antara persepsi dan penginderaan (Mulyana .D 2016).

Dari penjelasan diatas dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya. Dimana persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang sangat luas, menyangkut intern dan ekstern. Berbagai ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.

Tiktok merupakan sebuah platform media sosial yang diciptakan oleh ByteDance Inc, sebuah perusahaan teknologi asal China dan resmi diluncurkan pada bulan September 2016. Dahulu Tiktok bernama Douyin sebelum diubah menjadi Tiktok. Aplikasi Douyin pada saat itu meraup keuntungan yang besar di China dengan jumlah pengguna sebanyak 100 juta pengguna dalam kurun waktu satu tahun. Karena hal

tersebut, perusahaan ByteDance berpikir untuk mengenalkan aplikasi ini kepada seluruh dunia. Oleh karena nama Douyin kurang familiar dikalangan masyarakat luar China, sehingga digantilah menjadi TikTok yang mendunia. Sejalan dengan perkembangannya, TikTok telah mengakuksi satu aplikasi Musically pada akhir 2017.

TikTok mulai dikenal di Indonesia pada tahun 2018, ketika ByteDance Inc menyadari bahwa generasi muda di Indonesia mempunyai rasa kreatifitas dan narsis yang sangat tinggi yang mirip dengan munculnya profesi baru seperti YouTuber, Instagrammer, Vlogger, dan Blogger. Platform media sosial TikTok merupakan media sosial yang memberikan banyak kebebasan pada penggunanya untuk berkreasi dengan membuat video pendek dimana pengguna dapat menari dan bergaya bebas dengan aplikasi ini, mendorong para pembuat konten untuk dapat meningkatkan imajinasi agar meningkatkan kreatifitas dan membebaskan ekspresi mereka (Hasanah Uswatun 2024).

Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan Fauziah ia mengemukakan bahwa:

“TikTok adalah aplikasi media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna membuat, mengedit, dan membagikan video.”

Kemudian Hasil Wawancara dengan Nurhidayah selaku pengguna ia menyatakan:

“TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi video pendek dengan berbagai fitur.”

Riska juga menambahkan pengertian TikTok dalam hasil wawancara bahwa :

“Yang saya ketahui aplikasi tiktok adalah sebuah platform yang menyajikan berbagai macam informasi dalam bentuk audiovisual yang dimana bisa kita akses kapan saja.”

Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Aplikasi TikTok menjadi salah satu aplikasi yang membuat penggunanya terhibur. Beberapa orang pengguna banyak yang

mengatakan bahwa aplikasi ini adalah aplikasi yang dapat membuat si pengguna terhibur. Dalam aplikasi ini pengguna dapat melihat berbagai kreatifitas setiap pengguna lain di beranda.

Senada dengan hasil wawancara, Nurul Syahadana menjelaskan bahwa :

“Aplikasi tiktok ialah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna membuat, menonton, atau membagikan vidio pendek berdurasi 15 detik hingga 10 menit. Selain itu aplikasi Tiktok juga sebagai tempat hiburan seperti menonton vidio lucu, kreatif dan menarik untuk mengisi waktu luang.”

Tiktok juga dianggap sebagai media pembelajaran yang bertujuan untuk memberikan akses dan kesempatan yang sama kepada siapapun untuk belajar dan berbagi inspirasi pada masyarakat melalui konten edukasi pada Tiktok. Tiktok memberi banyak edukasi yang dapat dipelajari mengenai pengetahuan umum hingga Pendidikan Dakwah.

Selaras dengan hasil wawancara, selaku pengguna Tiktok Asmawati menyatakan bahwa:

“Aplikasi Tiktok adalah media sosial yang berbasis vidio pendek yang sangat populer, Tiktok digunakan oleh berbagai kalangan dan saya menggunakan aplikasi Tiktok mulai tahun 2021 sampai sekarang dimana aplikasi Tiktok memiliki akses cepat dan luas, format singkat dan menarik sehingga pesan edukasi mudah dipahami/tidak bertele-tele”

Begitupun sama dengan Hasil Wawancara bersama Ikramullaah selaku pengguna ia menyatakan:

“Tiktok adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk membuat dan membagikan vidio pendek dengan berbagai macam konten, seperti hiburan, edukasi, hingga dakwah.”

Selanjutnya hasil wawancara dengan Fanil Sunaisa mengatakan bahwa:

”Saya sering mengakses konten di Tiktok karena kelancaran dan *keupdatenya*, juga karena konten dakwah di aplikasi ini memiliki durasi singkat namun padat. Selain itu, *kesimplelan* pesan dan visual yang disajikan tidak mengurangi nilai makna pesan dakwahnya.

Selanjutnya hasil wawancara dengan Nurul Izzatul Zanna mengatakan bahwa :

“Banyaknya persepsi tentang Aplikasi Tiktok disebabkan oleh konten yang beragam, pengaruh tren viral dan pengaruh budaya dan nilai sosial. Selain itu saya merasa terhibur, senang dan mendapat ide baru atau motivasi dari konten positif”

Selain itu fakta dilapangan peneliti mendapati masih ada yang beranggapan bahwa Aplikasi Tiktok memiliki sisi negatif akibat penggunanya yang kurang bijak. Sesuai dengan hasil wawancara dengan Siska Ambarwati menyatakan bahwa :

“Sebagian orang yang tidak terlalu mengenal Aplikasi Tiktok mungkin beranggapan banyak konten yang tidak terdidik sehingga banyak yang beranggapan negatif, tergantung dengan cara kita memakainya”

Hal tersebut tidak bisa dipungkiri sebab setiap orang memiliki cara pandang yang berbeda sesuai dengan pengetahuan dan latar belakang pengalamannya, sebagaimana hasil wawancara dengan Dini yang menyatakan bahwa :

“Menurut saya Tiktok bisa digunakan sebagai media untuk share kebaikan, kalau menurut orang-orang yang berpikiran negatif mungkin rawan untuk disalahgunakan maka dari itu kita harus berhati-hati dalam menggunakannya sebagai sarana Dakwah”

Hal serupa juga disampaikan oleh Syahria Mauliani dalam wawancara, ia menyampaikan bahwa:

“Tiktok menampilkan berbagai macam konten, dari yang positif hingga negatif, sehingga persepsi orang terhadap aplikasi ini bisa beragam”

Penggunaan aplikasi Tiktok ini memainkan peran penting dalam memfasilitasi interaksi antar pengguna, mendukung komunikasi, serta menjadi sumber informasi lewat konten yang ditampilkan, hal ini sesuai dengan Hasil Wawancara dengan Nur Ain bahwa :

“Aplikasi tiktok adalah media sosial untuk membuat, berbagi dan menonton video pendek.”

Selain itu Aldiansyah Mahendra juga menyebutkan bahwa:

“Tiktok adalah platform media sosial untuk membuat, menonton, dan membagikan video pendek dengan berbagai macam konten.”

Aplikasi Tiktok fitur-fitur menarik dan juga memiliki banyak orang kreatif. Tiktok merupakan media sosial yang memberikan informasi terkini dan memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi aktivitas. Hal ini sesuai dengan Hasil Wawancara bersama Izzatussa’ada yang menyatakan bahwa:

“Aplikasi TikTok adalah platform media sosial untuk membuat dan menonton video pendek dengan berbagai fitur, biasanya disertai musik, efek, atau suara.”

Selain itu Feri Widhyanto juga menyatakan bahwa Tiktok merupakan :

“Salah satu media sosial yang bisa digunakan untuk membuat, mengirim, dan menonton video dengan fitur yang ada.”

Berdasarkan dari beberapa hasil wawancara diatas dan dari hasil penelitian yang telah peneliti temukan bahwa Aplikasi Tiktok merupakan salah satu media sosial yang dimana didalamnya terdapat berbagai fitur video pendek dengan efek musik dan efek suara serta dapat memberikan informasi sekaligus memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi aktivitas.

b. Persepsi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai Terhadap Aplikasi Tiktok Jika Digunakan Sebagai Media Dakwah

Persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap aplikasi Tiktok adalah proses pemberian makna oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam mengenai realitas sosial penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah yang melibatkan komponen kognitif, afektif dan konatif dalam menerima dan menafsirkan objek yang dipersepsi.

Tiktok saat ini telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di seluruh dunia termasuk Indonesia. Hal ini tidak mengherankan mengingat aplikasi ini dapat memenuhi kebutuhan akan informasi, pengetahuan, hiburan dan hal lainnya yang sangat diperlukan oleh masyarakat dunia maya. Selain itu, penggunaan aplikasi yang sangat

mudah dan friendly turut menjadi salah satu faktor pendorong suksesnya aplikasi Tiktok. Aplikasi pembuat video pendek yang menyajikan *special effect* yang unik dan menarik ini memuat berbagai jenis konten mulai dari konten hiburan, edukasi, motivasi, bisnis, hingga konten dakwah sesuai dengan selera dan minat penggunanya.

Adapun persepsi yang diamati dalam penelitian ini adalah persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai mengenai aplikasi Tiktok sebagai media dakwah, Dakwah sangat penting dikalangan para pengguna Tiktok karena dengan adanya Dakwah di Tiktok akan sangat membantu pengguna memahami permadani nilai-nilai ke-Islaman. Begitu pentingnya dakwah ALLAH SWT memerintahkan kita untuk berdakwah dengan cara yg baik, sebagaimana dalam Firmannya Q.S An-nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya :

“Serulah (manusia) kejalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia pula yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”

Dalam ayat ini, Allah SWT memberikan petunjuk kepada Rasul-Nya mengenai cara mengajak manusia (dakwah) kepada jalan Allah, yaitu agama Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW. Allah menetapkan prinsip-prinsip dakwah sebagai panduan bagi umat-Nya untuk menjalankan tugas dakwah. Pertama, Allah menegaskan bahwa dakwah ini harus dilakukan semata-mata untuk agama-Nya, bukan demi kepentingan pribadi da'i atau golongan tertentu. Rasulullah SAW diperintahkan untuk mengarahkan manusia kepada agama Allah demi memperoleh rida-Nya. Kedua, Allah memerintahkan agar dakwah dilakukan dengan hikmah. Dakwah dengan hikmah berarti strategi untuk menyampaikan ajaran dengan ilmu yang penuh manfaat dan relevan

sesuai situasi, sehingga mudah dipahami oleh umat.

Hasil wawancara dengan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai tentang penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah sebagai berikut:

Hasil wawancara dengan Nurul Syahadana mengatakan bahwa:

“Ya, saya sering mencari konten dakwah di Tiktok, karena di Tiktok pencariannya lebih mudah, tidak ada iklan, dan biasanya menggunakan musik dan dilengkapi dengan video. Hal ini lah yang membuat saya lebih suka mengakses dakwah di Tiktok dibandingkan dengan media lain.

Sependapat dengan pernyataan di atas, Siska Ambarwati juga mengatakan bahwa:

“Kalau di Tiktok itu konten dakwah videonya sangat singkat, hanya berisi tentang poin-poin pentingnya saja jadi orang yang monoton pun tidak bosan, berbeda dengan aplikasi lainnya konten dakwah durasinya panjang dan membosankan. Selain itu saya sering mengakses konten dakwah di Tiktok karena kebanyakan konten dakwah dibuat *backsoundnya* yang semenarik mungkin. Nah inilah yang juga membuatnya jadi menarik”

Dari kedua pernyataan di atas dapat dipahami bahwa keduanya sering mencari/ mengakses konten dakwah di aplikasi Tiktok karena konten dakwah yang disajikan di Tiktok lebih menarik.

Dalam beberapa sampel penelitian ini hampir keseluruhannya setuju jika Aplikasi Tiktok dijadikan sebagai media dakwah, sehingga hal ini bisa meminimalisir konten negatif. Sebagaimana hasil wawancara dengan Nurul Izzatul zanna yang menyatakan bahwa :

“Tiktok bisa dipakai sebagai pesan Dakwah karena platform ini efektif untuk menjangkau banyak orang terutama anak muda dengan konten singkat, mudah dipahami dan menarik”

Hal serupa disampaikan oleh Izzatussa'ada dalam wawancara ia menyatakan :

“Bahwa Tiktok digunakan untuk media Dakwah karena bisa menjangkau banyak orang dalam menyampaikan pesan kebaikan dengan cara yang kreatif. Selain itu saya terkadang membagikan video dakwah jika isinya bermanfaat, supaya bisa menyebar ke teman dan *followers* saya”

Dari beberapa hasil wawancara penelitian diatas dengan adanya Aplikasi Tiktok yang digunakan sebagai media dakwah akan sangat membantu dalam menyebarkan pesan moral dan keislaman, sebagaimana dalam hasil wawancara, Fauziah mengatakan bahwa :

“Tiktok sangat berpotensi jika digunakan sebagai media dakwah karena mudah menjangkau lebih banyak orang, terutama generasi muda, melalui konten kreatif dan singkat, sehingga banyak digunakan ustadz, pendakwah muda dan komunitas Islam untuk menyebarkan pesan moral dan keislaman”

Dakwah sangatlah penting terkhusus di era generasi Milenial yang serba moderen dan canggih dimana akses internet semakin luas, dibarengi dengan perkembangan media sosial yang beragam seperti media Aplikasi Tiktok. Dalam hasil wawancara bersama Nurhidayah, menyatakan Bahwa :

“Tiktok bisa menjadi Platform efektif untuk Dakwah karena memiliki jangkauan yang luas dan format video pendek yang menarik, serta memiliki potensi besar untuk menyebarkan pesan positif”

Senada dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh Ikramullaah bahwa:

“Menurut saya dalam hal ini penggunaan aplikasi tiktok sebagai media dakwah dapat menjadi efektif jika dilakukan dengan baik dan bijak”

Informasi Agama umumnya diperoleh melalui tokoh-tokoh terpercaya seperti Ustadz. Namun, remaja saat ini lebih memilih internet sebagai sumber pengetahuan agama dibandingkan berkonsultasi langsung dengan otoritas agama. Hal ini mendorong da'i, baik muda maupun senior, untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Karena keduanya memiliki peran penting dalam menjaga agar dakwah tetap relevan, khususnya bagi generasi muda yang sangat terbiasa dan dekat dengan teknologi. Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Aldiansyah Mahendra ia menyatakan bahwa:

“Menurut saya tiktok bisa menjadi media dakwah yang bagus jika digunakan dengan cara yang tepat, kreatif dan menyampaikan nilai-nilai positif”

Senada dengan Hasil Wawancara dengan Nur Ain ia menyatakan

bahwa :

“Menurut saya Tiktok sangat bagus karna dengan itu memudahkan kita untuk menyampaikan nilai-nilai Positif”

Perkembangan media massa saat ini memberikan banyak peluang bagi umat Islam untuk memperdalam pemahaman mereka tentang Islam melalui beragam sumber dan platform. Dakwah memerlukan pendekatan yang kreatif dan inovatif agar sejalan dengan perkembangan zaman serta dinamika yang terus berubah. Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Asmawati bahwa:

“Menurut saya aplikasi tiktok sangat bagus jika digunakan sebagai media dakwah, karna memiliki akses cepat, format singkat dan menarik sehingga pesan dakwah bisa sampai tanpa terasa berat.”

Selain itu Fanil Sunaisa juga menyatakan bahwa:

“jika tiktok digunakan sebagai media dakwah saya sangat setuju karena memiliki jangkauan yang luas, mudah diakses dan menarik”

Hal serupa juga disampaikan Riska dalam Hasil Wawancara dimana ia menyatakan bahwa:

“Menurut saya jika aplikasi tiktok dijadikan sebagai sarana media dakwah saya sangat setuju karena kita bisa menonton dakwah dimana saja kemudian sebagai sarana sumber dan pengetahuan tentang agama kita”

Namun terkadang kita mendapati dimana konten dakwah yang terdapat dalam Aplikasi Tiktok terkadang tidak lengkap atau terpotong, sehingga menyebabkan pengguna yang menonton salah paham bahkan gagal paham terhadap dakwah yang disampaikan. Hal ini juga disampaikan Feri widyanto dalam wawancara ia menyatakan bahwa :

“Aplikasi Tiktok bagus digunakan sebagai media Dakwah karena bisa menjadi salah satu bukti atau amal jariyah kalau kita pernah berdakwah, namun kita juga perlu melihat dan memperhatikan video dakwah yang kita tonton agar tidak salah paham.”

Hal serupa juga disampaikan Dini yang merupakan salah satu pengguna Aplikasi Tiktok bahwa :

“Menurut saya aplikasi tiktok bisa digunakan sebagai media dakwah untuk kebaikan. Kalau menurut orang-orang yang mungkin berpikiran negatif mungkin rawan disalahgunakan, maka dari itu kita harus berhati-hati dalam menggunakannya sebagai sarana dakwah, agar Dakwah bisa tersebar luas dan tersalurkan dengan baik.”

Namun dari beberapa persepsi negatif tentang Aplikasi Tiktok, Aplikasi Tiktok juga memberikan dampak positif tergantung dari penggunaannya. Jika kita menggunakannya dengan bijak maka akan memberikan manfaat baik untuk diri kita terlebih untuk orang lain. Sebagaimana dalam hasil wawancara dengan salah satu Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus pengguna Syahria menyatakan bahwa :

“Jika Tiktok digunakan untuk menyampaikan pesan agama dengan cara yang baik juga menarik dan mudah dipahami pasti akan sangat bermanfaat, apalagi dibuat dengan video singkat yang berisi pesan-pesan kebaikan.”

Dari hasil wawancara mereka menilai Tiktok sebagai alat yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai Islam kepada khalayak yang lebih luas. karena platform ini memiliki karakteristik yang sejalan dengan gaya hidup generasi milenial dan generasi Z, konten dakwah di Tiktok memiliki kualitas tinggi, baik dari segi materi maupun cara penyampaiannya, cenderung memandang platform ini sebagai media yang tepat dan efektif untuk berdakwah.

Dalam pandangan mereka, Tiktok tidak hanya mampu menarik perhatian tetapi juga memberikan dampak positif bagi penyebaran pesan keagamaan. Mereka memandang platform ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan keagamaan secara kreatif dan mudah diterima oleh generasi muda hingga orang tua.

2. Pembahasan

TikTok merupakan platform media sosial yang memberikan fasilitas kepada pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek dalam lingkup jejaring sosial(Blackbum, M., & Hogg 2024). Studi Jaringan

Sosial Tahunan IAB Spanyol 2023 menyebutkan bahwa TikTok termasuk di antara tiga platform yang mengalami peningkatan jumlah pengguna terbesar, bersama dengan Telegram dan LinkedIn, dibandingkan tahun 2022. Selain itu, TikTok dianggap sebagai jaringan sosial dengan nilai tertinggi (9,1/10) dan, bersama dengan Instagram, WhatsApp, serta YouTube, menawarkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi pada waktu puncak penggunaan. Mayoritas pengguna aplikasi ini berasal dari Generasi Y yang juga dikenal sebagai milenial dan Generasi Z merujuk pada kelompok yang berusia antara 14 hingga 24 tahun (Mahardika, S. V. 2021).

Berbeda dengan platform media sosial lainnya yang memberikan pengguna lebih banyak kontrol atas konten di beranda mereka, algoritma TikTok mengumpulkan data dari setiap pengguna untuk menghasilkan rekomendasi video yang disesuaikan. Rekomendasi ini dirancang secara khusus untuk menarik perhatian pengguna melalui halaman "For You" yang menampilkan video di beranda TikTok (Blackbum, M., & Hogg 2024). Algoritma bekerja berdasarkan daftar interaksi pengguna, termasuk siapa yang mereka ikuti dan keputusan dari siapa yang diperhitungkan. Namun seiring waktu, TikTok berkembang menjadi platform yang lebih kreatif, digunakan tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk berbagi informasi bermanfaat, termasuk konten dakwah.

Dakwah sendiri adalah aktivitas mengajak manusia untuk menjalankan perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya, baik secara individu maupun masyarakat (Annisa 2021). Selain itu, dakwah berfungsi menyebarkan ajaran Islam yang mengarahkan manusia untuk menjadikan agama ini sebagai pedoman hidup (Rusli 2024).

Untuk memperkuat pembahasan dalam penelitian ini, dilakukan tinjauan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diangkat. Salah satu penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh Dinda (Hayati, D. 2021), mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, dengan judul

"Pemanfaatan Media TikTok sebagai Media Dakwah oleh Ikhwan Mukhlis" Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap alasan pemilihan TikTok sebagai media dakwah oleh Ikhwan Mukhlis, serta mengeksplorasi proses pembuatan konten dan pemilihan tema dakwah yang disampaikan. Metode yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dengan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok dipilih karena dinilai lebih efektif dalam menjangkau serta diterima oleh kalangan remaja. Adapun kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinda Rizky Hayati terletak pada fokus pembahasan mengenai TikTok sebagai media dakwah, sedangkan perbedaannya mencakup aspek fokus penelitian, lokasi penelitian, serta subjek yang dikaji.

Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai terhadap Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dalam hasil wawancara dan fakta dilapangan bahwa semua Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah diwawancarai setuju jika Aplikasi Tiktok digunakan sebagai Media Dakwah, dimana Aplikasi Tiktok memiliki jangkauan yang sangat luas, memiliki fitur unik, tampilan menarik dengan durasi vidio pendek serta mudah untuk diakses diberbagai kalangan mulai dari remaja hingga orang tua, pengguna maupun penikmat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian yang berjudul Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah adalah sebagai berikut:

1. Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai bahwa; Aplikasi Tiktok merupakan *platform* media sosial yang memungkinkan penggunaanya membuat dan membagikan video pendek dengan berbagai fitur baik musik, efek, maupun filter. Selain itu Aplikasi Tiktok juga digunakan untuk mencari informasi yang *terupdate* dibandingkan dengan *platform* media sosial yang lain.
2. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam setuju dan mendukung penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah. Hal ini dikarenakan aplikasi Tiktok memiliki teknologi yang canggih. Selain itu, semakin banyak konten dakwah yang ada di Tiktok maka sedikit-banyaknya bisa menutupi konten-konten yang kurang baik serta bisa berdampak positif bagi penggunaanya, karena bisa jadi orang yang tidak berniat mendengarkan ceramah atau dakwah bisa menontonnya karena *FYP*. Terlepas dari kekurangan dan kelebihan dari aplikasi Tiktok, pada prinsipnya seorang dai memang dituntut agar bisa berdakwah sesuai kondisi waktu dan zaman (*al -Islam sholih likulli zaman wa makan*).

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIAD Sinjai dapat lebih aktif dan gencar menyebarkan dakwah islamiyah ditengah-tengah masyarakat dengan mengusung program kerja yang dapat diterima oleh masyarakat. serta berperan penting dalam memajukan dakwah khususnya di Kabupaten Sinjai.

2. Bagi Masyarakat temuan penelitian harus memungkinkan pembaca untuk menggunakannya sebagai bahan bacaan, menambah wawasan yang berharga dan membawa perbaikan yang bermanfaat bagi masyarakat.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian yang lebih dalam lagi semisal judul ini serta memiliki referensi yang lebih banyak mengenai media dakwah sehingga hasil penelitian kedepannya jauh lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2021). *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan. Praktek.* (Muhannabil (ed.); Edisi Keli). UPT Penerbitan Muhammadiyah Malang.
- Abdurrahmat, F. (2011). *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi.* jakarta: Rineka Cipta,.
- Abdussamad, Z. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif. Kedua.* ed. Muzammil. malang: Malang pustaka.
- Aji, W. N. (2018). *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia.*
- Annisa, A. (2024). "Model Komunikasi Organisasi dalam Pembinaan Solidaritas Pengurus Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam AHmad Dahlan Sinjai, SKRIPSI. Universitas Islam AHmad Dahlan Sinjai.
- Annisa, N. (2021). "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah (Analisis Pada Mahasiswa Kpi Stai Persis Bandung)." *Journal of Islamic Social Science and Communication*: 100.
- Blackbum, M., & Hogg, R. (2024). The Impact of pro-Ana TikTok Content on Body Image Dissatisfaction and Internalisation of Societal Beauty Standards." *Plos One*. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/foryou-impact-pro-ana-tiktok-content-on-body/docview/3090348965/se-2?accountid=215586>.
- Budiarto, B., & Rachmawan, R. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi Organisasi* (Nuagussam (ed.); Edisi Pert). Pt Grand Media Pustaka Utama.
- Cangara, H. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (P. Anggini (ed.); Y.S.Hayati). Rajwali Press.
- Deddy, M. (2019). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar.* (Muhammadf Tedi Abraham (ed.); Edisi Pert). PT Remaja Rosdakarya,.
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). "Presepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi TikTok, Universitas Tribhuwana, Jurusan Ilmu Komunikasi Dan FISIP." *Ilmu Sosial dan Politik* 7: 80.
- Ekonomi, W. (2020). "Asal Mula Tiktok Digandrungi Kaum Milenial." (viral).

- Elvinaro, A., & dkk. (2018). Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Jurnal Komunikasi Massa, volume no3, hlm 23.
- Endrayani, D. (2020). Model Komunikasi Organisasi dalam Menyeimbangkan Kultur Kekompakan di Universitas (Hajarah mubhar (ed.); Edisi Per). Rajawali Press
- Fajar, M. (2021). Ilmu Komunikasi Teori & Praktek (wibowo jubiranto (ed.); Edisi Pert). Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Faridah, F., Amir, R. M., Budin, H. B., Azhar, A., & Mawaddah, S. N. (2025). "Strategi Dakwah di Media Sosial." Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol 7, No. 1, 2025
- Fiske, J. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi. Komunikasi, 30, 6.
- Fukis, F. (2020). "Sejarah Dan Eksistensi KPI." UIAD SINJAI. <https://fukis.uiad.ac.id/komunikasi-dan-penyiaran-islam/> (May 17, 2025).
- Hartaji, H., & Damar. A. (2012). "Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa Yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua." Universitas Gajah mada.
- Hayati, H., & Rizky, D. (2021). "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis."
- Hikmawati, S. A., & Farida, L. (2021). "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang." Komunikasi dan Penyiaran Islam 2: 8. JURNAL.
- Ivancevich, I., John, M., & Robert, K., & Matteson, M. T. (2019). Perilaku dan Manajemen Organisasi. Jurnal Komunikasi Massa, volume 30, hlm 11.
- Julianti, J., & dkk. (2022). Pengantar strategi komunikasi (muhaddiman (ed.); edisi kedu). Pt Grand Media Pustaka Utama.
- Julianti, J., & Utari, S. (2022). Pembinaan Tari di Sanggar DKC (Dewan Kesenian Kecamatan) (numridina (ed.); Edisi Pert). PT. Citra Aditya Bakti.
- Kasmir, K. (2020). Komunikasi Organisasi. Jurnal Ilmu Komunikasi Komunikasi, 30, hlm 7.
- Mahardika, S. V. (2021). "Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi PostMillenial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok." SOSEARCH: Social Science Educational Research 2: 41.
- Melati, S. I. (2021). pola Komunikasi Antar Kelompok (Sudiutomo (ed.); Edisi Kedu). Ahli Media Press.

- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morgan, T., & Clifford, C. (1961). *Introduction to Psychology*.
- Muhammad, A. (2020). *Komunikasi Organisasi*. jurnal ilmu komunikasi: Vol. volume 30 (Edisi Pert). Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi*.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi*.
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Edisi Pert)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, M. (2016). *Ilmu Komunikasi*.
- Noon, R. (2017). "Metodologi Penelitian." *Pendidikan* 30: hlm 18.
- Rahmadi, F. (1998). "Informasi Dan Komunikasi Dalam Peraturan Interenasional."
- Rahman, F. A. (2023). "Bagaimana Teknologi Mempengaruhi Moral Dan Etika." *Pendidikan Karakter Dalam Era Digital* 1(6): 294.
- Rakhmat, R., & Jalaluddin, J. (2011) *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rusli, R. (2024). "Maqasid Al-Shari A-Based Analysis of Learning Modules for Muslim Reverts in East Coast Malaysia." *RGSA – Revista de Gestão Social e Ambiental*.
<https://www.proquest.com/docview/3056101846/BB47B703D64D44F4PQ/2?accountid=215586&sourcetype=Scholarly Journals>.
- Sarwono, S. W. (1982). *Pengantar Umum Psikologi*.
- Siswoyo, D. (2007). "Ilmu Pendidikan." In *yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Slameto, A. (2010). *Belajar Dan Faktor Yang Mempengaruhinya*.
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi Dan Tesis*. yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono, S. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D. pertama*. ed. budiutomo. jakarta: Alfabeta.
- Sunaryo, S. (2004). *Psikologi Pendidikan*.

- Syahrur, S. (2012). Metode Penelitian Kualitatif. PERTAMA. Bandung: Citapustaka Media.
- Uswatun, H. (2024). "Sejarah Tiktok Dan Perjalanannya Hingga Masuk Ke Indonesia." <https://www.idntimes.com/tech/trend/uswatun-khasanah-52/sejarah-tiktok-dan-perjalanannya-hingga-masuk-ke-indonesia>.
- Walgito, B. (2010) "Pengantar Psikologi Umum."
- Widiawati, N. (2020). Metodologi Penelitian Komunikasi Dan Penyiaran Islam. Pertama. ed. Muflihulhaq. Bandung: ed,bandung karya.
- Yusuf, Y. (2012). Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Yusuf, M. (2019). "Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Penelitian Gabungan." Ilmu Komunikasi.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

No	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER
1	Persepsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam	Pengertian dan Penjelasan Aplikasi Tiktok	Wawancara dan Dokumentasi
2	Persepsi Mahasiswa Prodi KPI Jika Aplikasi Tiktok dijadikan Sebagai Media Dakwah	Pengertian dan Penjelasan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah	Wawancara dan Dokumentasi

PEDOMAN WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama :
NIM :
Jenis Kelamin :
Prodi :
Semester :
Hari/Tanggal :

2. Pertanyaan :

1. Apa yang anda ketahui tentang Aplikasi Tiktok?
2. Apakah anda mengetahui Aplikasi Tiktok?
3. Jika iya, apa tujuan anda menggunakan aplikasi Tiktok?
4. Jika tidak, bagaimana menurut anda jika Aplikasi Tiktok digunakan sebagai media dakwa?
5. Berapa lama anda menggunakan Aplikasi Tiktok?
6. Apa yang anda pikir, menyebabkan tentang banyaknya persepsi terhadap aplikasi Tiktok?
7. Bagaimana cara anda ,mengimbangi konten negatif di Aplikasi Tiktok agar menjadi positif.
8. Bagaimana perasaan anda selama menggunakan Aplikasi Tiktok?
9. Jenis konten apa yang anda suka?
10. Bagaimana tanggapan anda tentang rekaman suara yang ada diTiktok
11. Apakah anda setuju jika aplikasi tiktok digunakan sebagai media dakwah?
Berikan alasannya.
12. Bagaimana anda memanfaatkan aplikasi Tiktok sebagai dakwah
13. Apakah anda seringkali share vidio-vidio tentang dakwah ditiktok?
14. Apakah tiktok digunakan sebagai konten dakwah diTiktok? Jelaskan.
15. Apa perubahan pada diri anda selama menggunakan aplikasi Tiktok.

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama : Fanil Sunaisa
NIM : 240208022
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : II
Hari/Tanggal : Senin, 14 April 2025

2. Pertanyaan :

1. Apa yang anda ketahui tentang Aplikasi Tiktok?

Jawab : Tiktok adalah media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat dan menggunakan video pendek dengan berbagai jenis konten seperti musik, komedi, edukasi, dan tantangan aplikasi ini sangat populer kalangan remaja.

2. Apakah anda mengetahui Aplikasi Tiktok?

Jawab: iya, saya menggunakan aplikasi Tiktok.

3. Jika iya, apa tujuan anda menggunakan aplikasi Tiktok?

Jawab: Saya menggunakan aplikasi tiktok sebagai hiburan, mengikuti tren.

4. Jika tidak, bagaimana menurut anda jika Aplikasi Tiktok digunakan sebagai media dakwah?

Jawab : Karena Tiktok Memiliki jangkauan yang luas, mudah diakses dan juga menarik.

5. Berapa lama anda menggunakan Aplikasi Tiktok?

Jawab: Saya sudah menggunakan sekitar 1-3 Tahun.

6. Apa yang anda pikir, menyebabkan tentang banyaknya persepsi terhadap aplikasi Tiktok?

Jawab: Tiktok memiliki banyak persepsi, ada yang menganggapnya sebagai aplikasi yang hanya untuk hiburan, sementara lainnya melihat sebagai platform untuk berbagai informasi dan edukasi. Namun, banyak juga yang menganggap Tiktok bisa mempengaruhi pola pikir remaja dengan konten yang kurang positif.

7. Bagaimana cara anda ,mengimbangi konten negatif di Aplikasi Tiktok agar menjadi positif?

Jawab: Saya mengimbangi dengan mengikuti akun-akun yang memberikan konten positif, seperti yang mengajarkan tentang agama motivasi, atau hal-hal edukatif menfilter konten yang tidak sesuai

8. Bagaimana perasaan anda selama menggunakan Aplikasi Tiktok?

Jawab: Saya merasa tenang dan terhibur karna tiktok banyak memberikan konten yang menarik tapi terkadang juga bisa merasa terganggu dengan konten yang tidak relevan atau terlalu banyak iklan.

9. Jenis konten apa yang anda suka?

Jawab: Saya suka konten yang edukatif, seperti tutorial memasak,tutorial memakai hijab dan juga konten motivasi.

10. Bagaimana tanggapan anda tentang rekaman suara yang ada diTiktok?

Jawab: Saya suka rekaman Tiktok karna sering digunakan dengan kreatif, musik dan suara menjadi bagian dari tren yang menyenangkan dan memungkinkan pengguna berkreasi.

11. Apakah anda setuju jika aplikasi tiktok digunakan sebagai media dakwah? Berikan alasannya.

Jawab: Ya, saya setuju, aplikasi Tiktok memiliki jangkauan yang luas, dan banyak orang, terutama generasi muda banyak menghabiskan waktu disana. Jika konten dakwah bisa disajikan dengan cara yang menarik dan relevan tiktok bisa jadi alat yang efektif untuk menyebarkan pesan positif.

12. Bagaimana anda memanfaatkan aplikasi Tiktok sebagai dakwah?

Jawab: Saya menggunakan aplikasi tiktok untuk berbagi video singkat tentang nilai-nilai positif, seperti cara menjalani hidup dengan lebih baik, mengajarkan kesabaran.

13. Apakah anda seringkali share video-video tentang dakwah diTiktok?

Jawab: Saya jarang menggunakan aplikasi sebagai media dakwah.

14. Apakah tiktok digunakan sebagai konten dakwah diTiktok? Jelaskan.

Jawab: Ya, tiktok dapat digunakan untuk menyampaikan dakwah

15. Apa perubahan pada diri anda selama menggunakan aplikasi Tiktok?

Jawab: Sejak menggunakan tiktok, saya menjadi lebih terbuka terhadap berbagai pandangan dan ide, tetapi saya juga lebih efektif dalam memilih konten yang saya konsumsi, apakah ini membantu saya mendapatkan banyak informasi yang berguna, terutama yang berkaitan dengan pengembangandiri dan spiritualitas.

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama : Reskiawati
NIM : 204208007
Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : Dua
Hari/Tanggal : Senin, 14 April 2025

2. Pertanyaan :

1. Apa yang anda ketahui tentang Aplikasi Tiktok?

Jawab: Aplikasi tiktok merupakan aplikasi yang berisi video-video yang berdurasi pendek mengenai hal-hal yang trending.

2. Apakah anda mengetahui Aplikasi Tiktok?

Jawab: Iya

3. Jika iya, apa tujuan anda menggunakan aplikasi Tiktok?

Jawab: Tujuan saya menggunakan aplikasi tiktok hanya untuk mengisi waktu kosong/luang dan sebagai penghilang rasa bosan

4. Jika tidak, bagaimana menurut anda jika Aplikasi Tiktok digunakan sebagai media dakwa?

Jawab: menurut saya sangat bagus krna memiliki jangkauan yang jauh.

5. Berapa lama anda menggunakan Aplikasi Tiktok?

Jawab: : Kurang lebih 3 Tahun

6. Apa yang anda pikir, menyebabkan tentang banyaknya persepsi terhadap aplikasi Tiktok?

Jawab: Menurut saya, banyak persepsi tiktok yang muncul dikarenakan faktor yang membuat orang punya pandangan berbeda-beda, tergantung sudut pandang mereka, salah satu penyebabnya yaitu, orang dengan latar belakang budaya dan agama yang kuat terkadang memandang tiktok sebagai platform yang bisa merusak moral, karna banyak konten yang dianggap vulgar atau tidak sopan

7. Bagaimana cara anda ,mengimbangi konten negatif di Aplikasi Tiktok agar menjadi positif.

Jawab: TikTok memberikan konten yang sering kita tonton,like ataupun share, atau edukasi maka konten yang muncul pun bakal bersih dan bermanfaat

8. Bagaimana perasaan anda selama menggunakan Aplikasi Tiktok?

Jawab: Selama menggunakan aplikasi tiktok saya merasa terbantu ataupun terhibur, tergantung dari cara kita mennggunakan platform tiktok.

9. Jenis konten apa yang anda suka?

Jawab: Jenis konten yang saya sukai yaitu,saya biasanya menonton konten yang berisi drama korea atau berita-berita terkini/selebriti.

10. Bagaimana tanggapan anda tentang rekaman suara yang ada diTiktok?

Jawab: Tanggapan saya mengenai rekaman suara ditiktok (sound, audio yang bisa dipakai ulang), itu sebenarnya punya dua sisi, bisa positif bisa negatif.

11. Apakah anda setuju jika aplikasi tiktok digunakan sebagai media dakwah? Berikan alasannya.

Jawab: Iya, saya setuju jika aplikasi tiktok dipakai sebagai media dakwah, asal dengan cara yang tepat, karna tiktok punya user dan berbagai kalangan terutama anak muda.

12. Bagaimana anda memanfaatkan aplikasi Tiktok sebagai dakwah?

Jawab: Dengan membuat konten kreatif yang berisi kutipan ayat atau hadist yang dikaitkan sama realita anak muda ataupun storytelling.

13. Apakah anda seringkali share vidio-vidio tentang dakwah ditiktok?

Jawab: Tidak karena saya menggunakan Tiktok sebagai penonton

14. Apakah tiktok digunakan sebagai konten dakwah diTiktok? Jelaskan.

Jawab: Iya, Tiktok sudah banyak dipakai sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah dan peggunaanaya makin berkembang.

15. Apa perubahan pada diri anda selama menggunakan aplikasi Tiktok?

Jawab: Saya jadi lebih kreatif dan terinspirasi, itu untuk perubahan positifnya namun saya juga terkadang suka nggak kerasa udah scrool lebih dari 1 jam sehingga menyita waktu istirahat saya.

HASIL WAWANCARA

Data Pribadi

Nama : Nur Ain
NIM : 230208002
Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : Empat
Hari/Tanggal : Senin, 14 April 2025

1. Apa yang anda ketahui tentang Aplikasi Tiktok?

Jawab: Tiktok adalah aplikasi media sosial untuk membuat, berbagi, dan menonton video pendek.

2. Apakah anda mengetahui Aplikasi Tiktok?

Jawab: Ya, saya mengetahui aplikasi Tiktok

3. Jika iya, apa tujuan anda menggunakan aplikasi Tiktok?

Jawab: Saya mengetahui kalau Tiktok adalah platform untuk berbagi video pendek, dengan berbagai seperti filter, musik, latar dan efek visual.

4. Jika tidak, bagaimana menurut anda jika Aplikasi Tiktok digunakan sebagai media dakwa?

Jawab: Menurut saya sangat bagus karena dengan itu memudahkan kita untuk menyampaikan nilai-nilai positif.

5. Berapa lama anda menggunakan Aplikasi Tiktok?

Jawab: Saya menggunakan aplikasi tiktok selama 3 Tahun.

6. Apa yang anda pikir, menyebabkan tentang banyaknya persepsi terhadap aplikasi Tiktok?

Jawab: Banyaknya persepsi negatif diTiktok mungkin disebabkan oleh konten yang tidak pantas atau tidak mendidik.

7. Bagaimana cara anda ,mengimbangi konten negatif di Aplikasi Tiktok agar menjadi positif.?

Jawab: Saya akan membimbing konten negatif menjadi positif dengan memberikan contoh konten yang mendidik dan bermanfaat.

8. Bagaimana perasaan anda selama menggunakan Aplikasi Tiktok?

Jawab: Selama menggunakan aplikasi Tiktok, saya merasa terhibur, dan terkadang terinspirasi oleh konten yang kreatif.

9. Jenis konten apa yang anda suka?

Jawab: Saya suka konten dakwah

10. Bagaimana tanggapan anda tentang rekaman suara yang ada diTiktok?

Jawab: Saya beranggapan bahwa rekaman suara diaplikasi Tiktok sangat kreatif, dan menambah nilai hiburan pada vidio.

11. Apakah anda setuju jika aplikasi Tiktok digunakan sebagai media dakwah?

Berikan alasannya.

Jawab: Ya, saya setuju jika Tiktok digunakan sebagai konten dakwah, alasannya adalah karna Tiktok memiliki jangkauan luas dan dapat menjangkau banyak orang.

12. Bagaimana anda memanfaatkan aplikasi Tiktok sebagai dakwah?

Jawab: Saya memanfaatkan Tiktok sebagai konten dakwah dengan membuat vidio yang berisi pesan positif.

13. Apakah anda seringkali share vidio-vidio tentang dakwah diTiktok?

Jawab: Ya, saya seringkali menggunakan aplikasi tiktok tentang dakwah diTiktok, karna ingin menyebarkan pesan-pesan positif.

14. Apakah tiktok digunakan sebagai konten dakwah diTiktok? Jelaskan.

Jawab: Tiktok dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang kreatif dan menarik.

15. Apa perubahan pada diri anda selama menggunakan aplikasi Tiktok?

Jawaban: Selama menggunakan Tiktok saya merasa lebih kreatif dan terinspirasi oleh konten yang saya nonton.



HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama : Aldiansyah Mahendra
NIM : 230208005
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : Empat
Hari/Tanggal : Senin, 14 April 2025

1. Apa yang anda ketahui tentang Aplikasi tiktok?

Jawab : Aplikasi TikTok adalah platform media sosial untuk membuat, menonton, dan membagikan video pendek dengan berbagai macam konten.

2. Apakah anda mengetahui Aplikasi Tiktok?

Jawab : saya mengetahui aplikasi TikTok dan sering melihat banyak orang menggunakannya.

3. Jika iya, apa tujuan anda menggunakan Aplikasi Tiktok?

Jawab : Tujuan saya menggunakan TikTok adalah untuk hiburan, mencari informasi, dan kadang belajar hal-hal baru dari video singkat.

4. Jika tidak, bagaimana menurut anda Jika Aplikasi Tiktok digunakan sebagai media dakwah?

Jawab : Menurut saya, TikTok bisa menjadi media dakwah yang bagus jika digunakan dengan cara yang tepat dan kreatif.

5. Berapa lama anda menggunakan Aplikasi Tiktok?

Jawab : Saya sudah menggunakan TikTok selama kurang lebih 1–2 tahun.

6. Apa yang anda pikir' menyebabkan tentang banyaknya persepsi terhadap Aplikasi Tiktok. ?

Jawab : Banyaknya persepsi terhadap TikTok disebabkan karena kontennya sangat beragam, ada yang positif dan ada juga yang negatif.

7. Bagaimana cara anda mengimbangi konten negatifi di Aplikasi Tiktok agar menjadi positif?

Jawab : Cara saya mengimbangi konten negatif adalah dengan memilih akun yang bermanfaat dan menggunakan fitur "tidak tertarik" untuk menyaring konten yang tidak baik.

8. Bagaimana persaan anda selama menggunakan aplikasi tiktok

Jawab : Selama menggunakan TikTok, saya merasa senang karena banyak konten yang menghibur dan memberi wawasan baru.

9. jenis konten apa yang anda suka ?

Jawab : Saya suka konten yang bersifat edukatif, islami, motivasi, dan lucu.

10. Bagaimana tanggapan anda tentang rekaman suara yang ada ditiktok, berikan alasannya

Jawab : Saya menanggapi rekaman suara di TikTok sebagai sesuatu yang kreatif, karena bisa menambah daya tarik pada video jika digunakan dengan baik.

11. Apakah anda setuju jika Aplikasi Tiktok digunakan sebagai konten dakwah? Berikan alasannya

Jawab: Saya setuju TikTok digunakan untuk dakwah, karena bisa menjangkau banyak orang dengan cara yang menarik dan kekinian.

12. Bagaimana anda memanfaatkan aplikasi tiktok sebagai dakwah?

Jawab : Saya memanfaatkan TikTok untuk dakwah dengan mengikuti akun dakwah, membagikan video bermanfaat, dan menyukai konten positif.

13. Apakah anda seringkali share video-vidio tentang dakwah di Tiktok ? berikan Alasannya

Jawab : Saya kadang membagikan video dakwah, karena saya ingin orang lain juga mendapatkan manfaat dari konten tersebut.

14. Apakah tiktok dipakai sebagai pesan dakwah, jelaskan

Jawab : TikTok bisa digunakan sebagai pesan dakwah, karena video pendek bisa menyampaikan pesan agama dengan cepat dan mudah dipahami.

15. Apa perubahan pada diri anda selama menggunakan tiktok?

Jawab : Perubahan pada diri saya setelah menggunakan TikTok adalah jadi lebih banyak tahu, lebih berhati-hati dalam memilih konten, dan lebih termotivasi untuk melakukan hal-hal positif.

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama : Riska
NIM : 220208003
Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : Enam
Hari/Tanggal : Senin, 18 April 2025

1. Apa yang anda ketahui tentang Aplikasi tiktok?

Jawab : Yang saya ketahui aplikasi tiktok adalah sebuah platform yang menyajikan berbagai macam informasi dalam bentuk audiovisual yang dimana bisa kita akses kapan saja

2. Apakah anda mengetahui Aplikasi Tiktok?

Jawab : Iya saya mengetahui aplikasi tiktok

3. Jika iya, apa tujuan anda menggunakan Aplikasi Tiktok?

Jawab : Tujuan saya menggunakan aplikasi tiktok sebagai salah satu saran untuk belajar kemudian untuk mengetahui informasi dan sebagai media hiburan juga

4. Jika tidak, bagaimana menurut anda Jika Aplikasi Tiktok digunakan sebagai media dakwah?

Jawab : Menurut saya jika aplikasi tiktok dia jadikan sebagai sarana media dakwah saya sangat setuju karena kita bisa menonton dakwah dimana saja kemudian sebagai sarana sumber dan pengetahuan tentang agama kita

5. Berapa lama anda menggunakan Aplikasi Tiktok?

Jawab: Saya menggunakan tiktok kurang lebih 4 tahun

6. Apa yang anda pikir' menyebabkan tentang banyaknya persepsi terhadap Aplikasi Tiktok?

Jawab: Saya pikir banyak persepsi tentang tiktok itu karena kita bisa mengakses atau upload tentang apapun itu entah itu tentang media dakwah , tutorial, atau sebagai sarana jual beli karena sekarang aplikasi

tiktok menyediakan fitur belanja online lewat tiktok tersebut oleh karena itu banyak persepsi tentang tiktok itu sendiri

7. Bagaimana perasaan anda selama menggunakan aplikasi tiktok?

Jawab : Untuk mengimbangnya saya mungkin tidak bisa jika konten tersebut dari negatif menjadi positif karena bukan kita yg mengatur fitur tersebut namun saat ini saya melihat di aplikasi tiktok ada peringatan dari fitur tersebut ketika itu bernilai negatif misalnya ketika live dan seseorang itu merokok pas live maka muncul peringatan tersebut.

8. Bagaimana perasaan anda selama menggunakan aplikasi tiktok?

Jawab; Perasaan saya menggunakan tiktok itu sangat bermanfaat apalagi kita bisa belajar tentang agama , tentang cara menggunakan sebuah alat atau aplikasi dan sebagai sarana edukasi

9. jenis konten apa yang anda sukai?

jawab : Konten yang saya sukai tentang dakwah, tutorial, dan tentang konten tentang menggambar atau melukis

10. Bagaimana tanggapan anda tentang rekaman suara yang ada ditiktok, berikan alasannya

Jawab : Menurut saya bagus karena bukan hanya kita mendapatkan informasi melalui visual tapi kita bisa mendapatkan informasi melalui audiovisual

11. Apakah anda setuju jika Aplikasi Tiktok digunakan sebagai konten dakwah? Berikan alasannya

Jawab : Saya sangat setuju alasan saya karena bukan hanya sebagai sarana edukasi atau pembelajaran , tapi kemungkinan besar bisa jadi karena aplikasi tiktok yang digunakan sebagai sarana dakwah penyebabnya orang mendapatkan hidayah

12. Bagaimana anda memanfaatkan aplikasi tiktok sebagai dakwah?

Jawab: Yaitu dengan memosting ulang dakwah atau membuat sendiri video tentang dakwah lalu mengsharenya ke tiktok

13. Apakah anda seringkali share video-vidio tentang dakwah di Tiktok ?berikan Alasannya

Jawab : Sering, alasannya supaya apa yang saya ketahui bisa di ketahui juga orang di luar sana tentang dakwah tersebut tanpa harus bertemu tatap muka

14. Apakah tiktok dipakai sebagai pesan dakwah, jelaskan?

Jawab : Tiktok digunakan sebagai pesan dakwah tergantung siapa yang mengaksesnya atau menggunakannya.

15. apa perubahan pada diri anda selama menggunakan tiktok?

Jawab : Iya ada beberapa perubahan- perubahan yang saya alami selama menggunakan tiktok salah satunya dengan lebih paham lagi tentang agama

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama : Ikramullah
NIM : 220208006
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : Enam
Hari/Tanggal : Senin, 18 April 2025

1. Apa yang anda ketahui tentang Aplikasi TikTok?

Jawab : TikTok adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membuat dan membagikan video pendek dengan berbagai macam konten, seperti hiburan, edukasi, hingga dakwah.

2. Apakah anda mengetahui Aplikasi TikTok?

Jawab : Ya, saya mengetahui dan juga menggunakan aplikasi TikTok.

3. Jika iya, apa tujuan anda menggunakan Aplikasi TikTok?

Jawab : Tujuan saya menggunakan TikTok adalah untuk hiburan, mendapatkan informasi, serta mencari konten-konten islami yang bisa menambah wawasan keagamaan.

4. Jika tidak, bagaimana menurut anda jika Aplikasi TikTok digunakan sebagai media dakwah?

Jawab : Menurut saya dalam hal ini, pengguna Aplikasi Tiktok sebagai media dakwah dapat menjadi efektif jika dilakukan dengan baik dan bijak.

5. Berapa lama anda menggunakan Aplikasi TikTok?

Jawab : Kurang lebih saya sudah menggunakan TikTok selama 3-4 tahun.

6. Apa yang anda pikir menyebabkan tentang banyaknya persepsi terhadap Aplikasi TikTok?

Jawab: Saya pikir karena banyaknya konten negatif atau tidak mendidik yang tersebar di TikTok, membuat masyarakat memiliki persepsi buruk. Namun sebenarnya tergantung bagaimana kita menggunakannya.

7. Bagaimana cara anda mengimbangi konten negatif di Aplikasi TikTok agar menjadi positif?

Jawab : Saya lebih sering follow akun-akun yang memuat konten dakwah, motivasi, dan edukasi. Saya juga berusaha tidak menyukai atau menonton video yang tidak bermanfaat.

8. Bagaimana perasaan anda selama menggunakan aplikasi TikTok?

Jawab : Cukup senang, karena saya bisa mendapatkan hiburan sekaligus ilmu, termasuk ilmu agama.

9. Jenis konten apa yang anda suka?

Jawab : Saya menyukai konten dakwah, motivasi, tips produktivitas, dan juga konten edukatif lainnya.

10. Bagaimana tanggapan anda tentang rekaman suara yang ada di TikTok, berikan alasannya

Jawab : Saya rasa rekaman suara di TikTok sangat beragam. Ada yang baik dan bisa menyentuh hati, seperti potongan ceramah atau kajian. Tapi ada juga yang tidak pantas, tergantung dari pengguna.

11. Apakah anda setuju jika Aplikasi TikTok digunakan sebagai konten dakwah? Berikan alasannya

Jawab : Saya sangat setuju. TikTok punya jangkauan luas dan cepat viral, sehingga sangat potensial untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah ke berbagai kalangan, terutama anak muda.

12. Bagaimana anda memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai dakwah?

Jawab: Saya sering menonton dan membagikan video dakwah kepada teman-teman. Kadang juga memberikan komentar positif atau dukungan pada akun dakwah.

13. Apakah anda seringkali share video-video tentang dakwah di TikTok? Berikan alasannya

Jawab : Ya, karena saya ingin teman-teman saya juga bisa mendapat manfaat dan ilmu dari konten tersebut.

14. Apakah TikTok dipakai sebagai pesan dakwah? Jelaskan

Jawab: Ya, banyak ustaz dan konten kreator dakwah yang memanfaatkan TikTok untuk menyampaikan pesan agama secara singkat, jelas, dan menarik.

15. Apa perubahan pada diri anda selama menggunakan TikTok?

Jawab: Saya menjadi lebih terbuka terhadap pemahaman agama, lebih semangat belajar, dan lebih mudah mendapatkan inspirasi dari para pendakwah digital.

SURAT KETERANGAN

Nomor: 043.G1.2/III.3.AU/A/KET/2025

Gugus Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (GP2M) Universitas Islam Ahmad Dahlan menerangkan telah selesai melakukan pemeriksaan duplikasi dengan membandingkan artikel-artikel lain menggunakan perangkat lunak Turnitin pada tanggal 02 Juni 2025

Judul : PERSEPSI MAHASISWA UIAD SINJAI TERHADAP APLIKASI
TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH
Penulis : MUAMMARUDDIN
NIM : 190208019
Jenis Tulisan : SKRIPSI
No. Pemeriksaan : 2025.06.03.11.05
Dengan Hasil sebagai Berikut :

Tingkat Kesamaan diseluruh Artikel (Similarity Index) yaitu 12%

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Sinjai, 03 Juni 2025

Ketua GP2M FUKIS,


Rahma Melati Amir, S.Pd., M.Pd
NBM: 1423796



**UIAD UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**

SURAT KETERANGAN

Nomor: 286.R /III.3.AU/D/KET/2025

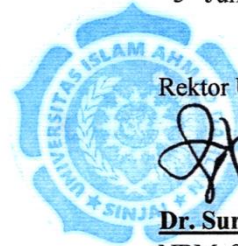
Yang bertanda tangan dibawah ini Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai menerangkan bahwa:

Nama	: Muammaruddin
NIM	: 190208019
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Semester	: Strata (S1)

Yang bersangkutan diatas benar telah melakukan penelitian di Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : *"Persepsi Mahasiswa UIAD Sinjai Terhadap Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah"*.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 7 Dzulhijjah 1446 H
3 Juli 2025 M



Rektor UIAD,

[Signature]
Dr. Suriati, M.Sos.I.
NBM. 948 500

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor: 188.R/III.3.AU/D/KET/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai menerangkan bahwa:

Nama : **Muammaruddin**
Tempat/Tanggal Lahir : Sinjai, 11 Desember 1999
NIM : 190208019
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Program Pendidikan : Strata (S1)

Yang bersangkutan diatas diberikan izin untuk melakukan Penelitian di Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : ***“Persepsi Mahasiswa UIAD Sinjai Terhadap Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah”*** dari tanggal 21 Maret s/d 30 April 2025.

Demikian surat izin penelitian ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai
Pada Tanggal : 21 Ramadhan 1446 H
: 21 Maret 2025 M

Rektor,


Dr. Suriati. M.Sos.I.P.
NBM. 948 500

**UIAD****UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN****FAKULTAS USHULUDDIN
DAN KOMUNIKASI ISLAM****SURAT KEPUTUSAN**

Nomor: 290/D2/III.3/AU/I/KEP/2024

**TENTANG
DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN
TAHUN AKADEMIK 2024/2025**

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan setelah:

- Menimbang** : 1. Bahwa dalam rangka penulisan Skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Tahun Akademik 2024/2025, maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing penulisan skripsi dalam Surat Keputusan.
2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cukup dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang diamanahkan kepadanya.
- Mengingat** : 1. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah.
2. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas.
3. Undang-undang RI No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 1502 Tahun 2022, tentang perubahan nama Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai menjadi Universitas Islam Ahmad Dahlan.
5. Pedoman PP, Muhammadiyah No. 02/PEO/1.0/II/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah.
6. Surat Keputusan Pimpinan Pusat Muhammadiyah tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan.
- Memperhatikan** : 1. Kalender Akademik Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam T.A 2024/2025.
2. Hasil rapat rasionalisasi pembimbing skripsi Universitas Islam Ahmad Dahlan Tahun Akademik 2024/2025.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan tentang Dosen Pembimbing penulisan skripsi mahasiswa.
- Pertama** : Mengangkat dan menetapkan Bapak/Ibu:

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Muhlis, M.Sos.I	Siar Ni'ma, S.Ud, M.Ag

Untuk penulisan skripsi mahasiswa:

Nama : Muammar

NIM : 190208019

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa UIAD terhadap media Aplikasi Tiktok sebagai media Syiar Dakwah

- Kedua** : Hal-hal yang menyangkut pendapatan / nafkah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Islam Ahmad Dahlan.
- Ketiga** : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.

Alamat : Jl. Sultan Hasanuddin No. 20 Kab. Sinjai
Telp. 085219426815 Kode Pos. 92612Email: uiad.sinjaiofficial@gmail.com
Website: www.uiad.ac.idInstagram: @uiad_sinjai_official
Facebook: uiad_sinjai
Twitter: UIAD Sinjai Official



**UAD UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**

**FAKULTAS USHULUDDIN
DAN KOMUNIKASI ISLAM**

Keempat

: Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagai mana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai

Pada Tanggal : 22 Jumadil Awal 1446 H
25 September 2024 M

Dekan,

Dr. Faridah, M.Sos.I
NBM. 1212774

Tembusan :

1. Ketua BPH UIAD di Sinjai
2. Rektor UIAD di Sinjai
3. Wakil Rektor I UIAD di Sinjai
4. Wakil Rektor II UIAD di Sinjai
5. Wakil Rektor III UIAD di Sinjai

DOKUMENTASI





BIODATA PENULIS



Nama : MUAMMARUDDIN
NIM : 190208019
TTL : Sinjai, 11 Desember 1999
Alamat : Jl Gunung Rinjani,
Kec. SinjaiUtara, Kab. Sinjai.

Riwayat Pendidikan

1. SD/MI : Madrasah Ibtidaiyah Darul Ihsan Bongki
2. SMP/MTS : SMP Islam Darul Istiqamah Al-Markas Sinjai
3. SMA/MA : Madrasah Aliyah Darul Istiqamah Al-Markas Sinjai

Pengalaman Organisasi

1. Himaprodi KPI UIAD Sinjai Periode 2021-2022
2. ULTS Ahmad Dahlan Sinjai Periode 2020-2021
3. Kokam Sinjai Peride 2020-Sekarang

No.HP/ WA : 085247426534

Email : amaridrab@gmail.com

Nama Orang Tua : M.IDRIS (Ayah)

ABIDAH (Ibu Alm)

SURAT KETERANGAN HASIL TURNITIN

Nomor : 136.L10/III.3AU/A/2025

Saya yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : **Asriani Abbas, S.I.P.**
NBM : **1235305**
Jabatan : **Pjs Kepala Perpustakaan**

Menerangkan bahwa,

Nama : **Muammaruddin**
Nim : **190208019**
Prodi : **KPI**
Jenis Dokumen : **Skripsi**

Telah melakukan cek plagiat menggunakan aplikasi *Turnitin Similarity Check* dengan indeks plagiat **14 %**.

Demikian surat keterangan ini supaya digunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 08 Desember 2025

Pjs. Kepala Perpustakaan

UIAD,



ASRIANI ABBAS, S.I.P.
NBM : 1235305