

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KONTEN  
DAKWAH MEDIA SOSIAL TIKTOK USTAD ABDUL  
SOMAD : STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS  
DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana (S.Sos) Dalam Bidang Ilmu  
Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh**

**MUHAMMAD FAZRY  
NIM : 2030100006**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH  
ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2025**

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KONTEN  
DAKWAH MEDIA SOSIAL TIKTOK USTAD ABDUL  
SOMAD: STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS  
DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana (S.Sos) Dalam Bidang Ilmu  
Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh**

**MUHAMMAD FAZRY**

NIM. 2030100006

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2025**

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KONTEN  
DAKWAH MEDIA SOSIAL TIKTOK USTAD ABDUL  
SOMAD: STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS  
DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana (S.Sos) Dalam Bidang Ilmu  
Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh**

**MUHAMMAD FAZRY**

NIM. 2030100006

**Pembimbing I**

**Dr. Icol Dianto, M.Kom.I.  
NIP. 198703102018011001**

**Pembimbing II**

**Dr. Mhd. Latip Kahpi, M.Kom.I.  
NIP. 199112242019031008**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2025**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4, 5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022 Website: uinsyahada. ac. id

Hal : Skripsi  
a.n MUHAMMAD FAZRY  
Lampiran : 6 (Enam) Exemplar

Padangsidimpuan, 20 Desember 2024  
Kepada Yth:  
Ibu Dekan FDIK  
UIN SYAHADA Padangsidimpuan  
Di:  
Padangsidimpuan

Assalamualaikum wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **MUHAMMAD FAZRY** yang berjudul : **“Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad: Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi,”** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal diatas, saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

**Pembimbing I**

Dr. Icol Dianto, M.Kom.I.  
NIP. 198703102018011001

**Pembimbing II**

Dr. Mhd. Latip Kahpi, M.Kom.I.  
NIP. 199112242019031008

## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : MUHAMMAD FAZRY  
NIM : 2030100006  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran  
Islam Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok  
Ustad Abdul Somad: Studi pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu  
Komunikasi

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik pasal 14 ayat 2 Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY Padangsidempuan.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat ke 4 Kode Etik Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY Padangsidempuan. Pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 10 Januari 2025  
Pembuat Pernyataan,



**MUHAMMAD FAZRY**  
**NIM. 2030100006**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : MUHAMMAD FAZRY  
NIM : 2030100006  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive) Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad: Studi pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti noneksklusif ini UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada Tanggal : 10 Januari 2025

Saya yang menyatakan,



**MUHAMMAD FAZRY  
NIM. 2030100006**

## **SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DAN KEBENARAN DOKUMEN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD FAZRY  
Tempat / Tgl Lahir : Sibuhuan, 21 Mei 2002  
NIM : 2030100006  
Fakultas / Prodi : FDIK / Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Segala data terdapat dalam dokumen permohonan ujian munaqasyah ini adalah benar dan sah.
2. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dokumen-dokumen yang telah saya berikan tidak benar, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 10 Januari 2025  
Pembuat Pernyataan,



**MUHAMMAD FAZRY**  
**NIM. 2030100006**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**PENGESAHAN**

Nomor: 357 /Un.28/F.4c/PP.00.9/03/2025

**Judul Skripsi** : PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KONTEN DAKWAH  
MEDIA SOSIAL TIKTOK USTAD ABDUL SOMAD: STUDI  
PADA MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU  
KOMUNIKASI  
**Nama.** : MUHAMMAD FAZRY  
**NIM** : 2030100006  
**Program Studi** : Komunikasi Penyiaran Islam

Telah dapat diterima untuk memenuhi  
Syarat dalam memperoleh gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidimpuan, 17 Maret 2025



*Magdalena*  
**Dr. Magdalena, M.Ag.**  
NIP. 197403192000032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

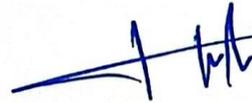
**Nama** : MUHAMMAD FAZRY  
**NIM** : 2030100006  
**Program Studi** : Komunikasi Penyiaran Islam  
**Fakultas** : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
**Judul Skripsi** : PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KONTEN DAKWAH  
MEDIA SOSIAL TIKTOK USTAD ABDUL SOMAD: STUDI  
PADA MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU  
KOMUNIKASI.

**Ketua**



**Dr. Sholeh Fikri, M.Ag**  
NIP.195606062002121003

**Sekretaris**

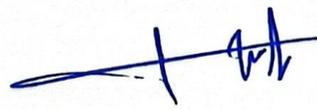


**Dr. Mhd. Latip Kahpi, M.Kom.I**  
NIP. 199112242019031008

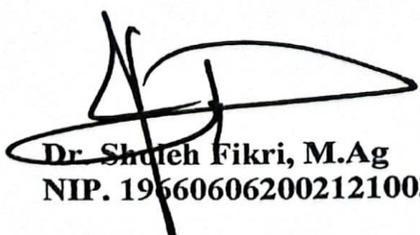
**Anggota**



**Dr. Icol Dianto, M.Kom.I**  
NIP. 198703102018011001



**Dr. Mhd. Latip Kahpi, M.Kom.I**  
NIP. 199112242019031008



**Dr. Sholeh Fikri, M.Ag**  
NIP. 195606062002121003



**Dr. Mohd Rafiq, M.A**  
NIP. 198807092015032008

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Jum'at / 10 Januari 2025  
**Pukul** : 09.30 WIB s/d Selesai  
**Hasil/Nilai** : Lulus / 76 (B)  
**Indeks Prestasi Kumulatif** : 3,44  
**Predikat** : Sangat Memuaskan

## ABSTRAK

Nama : MUHAMAD FAZRY  
NIM : 2030100006  
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad: Studi pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Penelitian ini mengkaji persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap konten dakwah yang disajikan oleh Ustad Abdul Somad melalui akun TikTok @sahabatuaschannel. Konten dakwah di media sosial, terutama TikTok, menjadi topik perdebatan di kalangan mahasiswa, dimana sebagian menganggapnya sebagai sarana efektif dalam menyebarkan dakwah, sementara yang lain memandangnya kurang relevan. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana mahasiswa menilai pendekatan dakwah yang disampaikan dengan cara humoris dan interaktif oleh Ustad Abdul Somad, serta perbandingannya dengan pendekatan dakwah Ustad lain, seperti Ustad Adi Hidayat yang lebih serius. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi terhadap mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Keabsahan data diuji menggunakan teknik *credibility*, *dependability*, dan *confirmability*. Proses analisis data dilakukan dengan klasifikasi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi menganggap TikTok sebagai media dakwah yang efektif, khususnya untuk menjangkau generasi muda. Mereka menyukai konten dakwah yang singkat, mudah dipahami, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Penyampaian dakwah yang sederhana, penuh makna, dan disertai humor juga mendapat apresiasi. Namun, beberapa mahasiswa merasa ceramah yang disajikan terlalu singkat dan kurang mendalam. TikTok juga memberikan ruang bagi interaksi aktif melalui fitur komentar, like, dan share, yang meningkatkan partisipasi audiens. Meskipun demikian, ada perhatian terkait penyebaran informasi yang kurang akurat dan durasi ceramah yang terbatas. Secara keseluruhan, mahasiswa merasa bahwa TikTok efektif dalam memperdalam pemahaman agama dan meningkatkan akhlak mereka. Mereka berharap konten dakwah bisa lebih mendalam dan lebih interaktif, seperti dengan sesi tanya jawab atau diskusi langsung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok merupakan platform yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan dakwah kepada audiens muda, namun perlu ada peningkatan kedalaman dan interaktivitas dalam penyampaian dakwah tersebut.

**Kata Kunci:** Persepsi Mahasiswa Dakwah, TikTok, Ustad Abdul Somad, Media Sosial.

## **ABSTRACT**

Name : MUHAMMAD FAZRY  
Reg Number : 2030100006  
Thesis Title : *Student Perceptions of Social Media Preaching Content TikTok Ustad Abdul Somad: Study on Students of The Faculty of Da'wah and Communication Sciences*

*This study examines the perceptions of students of the Faculty of Da'wah and Communication Sciences towards the da'wah content presented by Ustad Abdul Somad through the TikTok account @sahabatuaschannel. Dawah content on social media, especially TikTok, is a topic of debate among students, where some consider it an effective means of spreading da'wah, while others view it as less relevant. The purpose of this study is to understand how students assess the approach to da'wah delivered in a humorous and interactive way by Ustad Abdul Somad, as well as its comparison with the da'wah approach of other Ustad, such as Ustad Adi Hidayat who is more serious. This research uses qualitative methods with data collection techniques through participatory observation, semi-structured interviews, and documentation of students at the Faculty of Da'wah and Communication Sciences. Data validity was tested using credibility, dependability, and confirmability techniques. The data analysis process was carried out by data classification, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that students of the Faculty of Da'wah and Communication Sciences consider TikTok as an effective da'wah media, especially to reach the younger generation. They like da'wah content that is short, easy to understand, and relevant to everyday life. The delivery of da'wah that is simple, meaningful, and accompanied by humor is also appreciated. However, some students felt that the lectures were too short and lacked depth. TikTok also provides space for active interaction through the comment, like, and share features, which increases audience participation. However, there were concerns about inaccurate information dissemination and the limited duration of the lectures. Overall, students felt that TikTok was effective in deepening their religious understanding and improving their morals. They wished that the content could be more in-depth and more interactive, such as with Q&A sessions or live discussions. This study concludes that TikTok is a very effective platform for disseminating da'wah messages to young audiences, but there needs to be increased depth and interactivity in the delivery of such da'wah.*

**Keyword:** *Perception of Da'wah Students, TikTok, Ustad Abdul Somad, Social Media.*

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan serta waktu kepada peneliti untuk melakukan penelitian dalam pembuatan skripsi. Sehingga peneliti bisa menyelesaikannya dengan tujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan yakni Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan sehingga dapat menjadi bekal hidup kita baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Suatu kebanggaan tersendiri jika, tugas ini diselesaikan dengan sebaik-baiknya. Dengan judul skripsi **“Persepsi Mahasiswa terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad: Studi pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi”** pembuatan tugas skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Peneliti juga sadar bahwa masih banyak hambatan yang dialami peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini, dikarenakan keterbatasan kemampuan peneliti sendiri. Walaupun akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan, tentunya karena beberapa pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.  
Bapak Dr. Erwadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan

Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Kerjasama dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Kemahasiswaan dan Kerjasama Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

2. Ibu Dr. Magdalena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Agus Salim Lubis, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag., selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Kerjasama Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
3. Ibu Nurfitriani M. Siregar, M. Kom.I., selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Icol Dianto, S. Sos.I, M. Kom.I., selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Mhd. Latip Kahpi, M.Kom.I., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberikan semangat kepada peneliti dalam melaksanakan penulisan dan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ali Mukti, S. Ag., selaku Kasubbag Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi beserta stafnya yang telah

memberikan pelayanan akademik yang baik demi kesuksesan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Drs. Mursalin Harahap, selaku Kepala Bagian Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pelayanan administrasi yang baik demi kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., selaku kepala perpustakaan dan seluruh pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu peneliti dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penulisan skripsi ini.
8. Para Dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2021-2022 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu peneliti mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Ungkapan terima kasih juga kepada keluarga besar yang sangat saya sayangi (Kakek, Nenek, Uda, Bou, Tulang, Ete dan Adik-Adik Sepupu yang tidak bisa disebutkan semuanya), terima kasih banyak atas dukungannya dan menyemangati peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Kepada teman sahabat sekaligus saudara yang selalu memberikan nasehat dan juga memberikan semangat kepada peneliti. Peneliti mengucapkan terima

kasih yang sebesar-besarnya kepada sahabat/saudara Eko Sultani Tanjung yang memberikan motivasi juga memberikan semangat kepada peneliti, dan peneliti juga mengucapkan ribuan terima kasih telah menjadi saudara yang baik dalam kehidupan peneliti.

12. Terima kasih peneliti ucapkan kepada sahabat Mhd Akhiruddin Siregar, Dewa Endy Prawira, Tomy Setiawan, Aditya Rahmat Tanjung, Dini Anggaraini, Irna Amelia yang telah menjadi sahabat dan juga rumah kedua sebagai tempat untuk bercerita dan melalui hari-hari baik suka maupun duka.
13. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam NIM 20 sebagai tempat saling berbagi pengetahuan dan bertukar pikiran peneliti ucapkan terima kasih banyak telah berbagi pengalaman masing-masing dan berjuang bersama demi tujuan akhir yang bahagia sehingga bisa menyelesaikan pendidikannya.
14. Teruntuk diriku sendiri yang telah mengalami banyak hal baik suka maupun duka, terima kasih banyak telah bertahan sampai sejauh ini dan berjuang memberikan yang terbaik untuk kebahagiaan kedua orang tua dan keluarga demi menyelesaikan pendidikannya. Untuk diri ini terima kasih telah menjadi kuat dan masih bertahan sampai detik ini, terima kasih telah menjadi hebat.

Ungkapan ribuan terima kasih yang paling istimewa kepada orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan menjadi support sistem serta menemani setiap perjalanan hidup peneliti. Terima kasih banyak kepada Ayahanda tercinta dan paling hebat di dunia yaitu Harianto Tanjung dan Ibunda tercinta dan paling cantik di seluruh dunia yaitu Rita Herawati Lubis yang selalu menjadi penyemangat dan

menguatkan peneliti. dalam menyelesaikan skripsi, terima kasih banyak atas doa yang tiada henti dan kasih sayang juga cintanya yang terus mengalir. Peneliti juga berharap kepada ayahanda dan ibunda tercinta supaya bisa melalui suka dan duka ini bersama-sama dan jangan berhenti menyemangati peneliti ketika kehilangan arah dan memberikan motivasi dan selalu berusaha sekuat tenaga untuk memberikan kebahagiaan kepada peneliti tanpa kenal lelah.

Dengan Ridho Allah SWT. peneliti berharap semoga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti juga menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penulisannya karena kurangnya pengalaman yang ada pada peneliti, sehingga tidak menutup kemungkinan masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini, akhir kata dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan,

2025

**Penulis**

**Muhammad Fazry**  
**NIM. 2030100006**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	1
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Batasan Masalah</b> .....	8
<b>C. Batasan Istilah</b> .....	8
<b>D. Rumusan Masalah</b> .....	10
<b>E. Tujuan Penelitian</b> .....	11
<b>F. Manfaat Penelitian</b> .....	12
<b>G. Sistematika Pembahasan</b> .....	12
<b>BAB II</b> .....	14
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	14
<b>A. Tinjauan Teori</b> .....	14
<b>1. Teori <i>Uses and Gratification</i></b> .....	14
<b>a. Pengertian Teori <i>Uses and Gratification</i></b> .....	14
<b>b. Hasil Teori <i>Uses and Gratification</i></b> .....	15
<b>c. Asumsi Teori <i>Uses and Gratification</i></b> .....	16
<b>d. Keterkaitan Teori <i>Uses and Gratification</i> dengan Persepsi</b> .....	19
<b>B. Landasan Konseptual</b> .....	21
<b>1. Persepsi</b> .....	21
<b>a. Pengertian Persepsi</b> .....	21
<b>b. Teori Persepsi</b> .....	21
<b>c. Proses Persepsi</b> .....	22
<b>d. Faktor-Faktor Persepsi</b> .....	25
<b>2. Konten Dakwah</b> .....	29
<b>3. TikTok</b> .....	33
<b>a. Pengertian TikTok</b> .....	33
<b>b. Sejarah TikTok</b> .....	35

c. TikTok sebagai Media Dakwah.....	36
C. Penelitian Terdahulu.....	38
<b>BAB III.....</b>	<b>46</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	46
B. Jenis Penelitian.....	46
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	47
D. Sumber Data.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	51
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	54
<b>BAB IV.....</b>	<b>56</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
A. Temuan Umum.....	56
1. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.....	56
a. Gambaran Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.....	56
b. Misi dan Tujuan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.....	58
c. Visi dan Misi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.....	59
d. Visi dan Misi Program Studi Bimbingan Konseling Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.....	61
e. Visi dan Misi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.....	63
f. Visi dan Misi Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.....	65
B. Temuan Khusus.....	68
1. Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad.....	68
2. Konteks yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa terhadap Konten Dakwah Ustad Abdul Somad di Media Sosial TikTok.....	80

<b>3. Pengalaman Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dalam Mengakses Konten Dakwah TikTok Ustad Abdul Somad Mempengaruhi Pemahaman dan Penerimaan mereka terhadap Pesan Dakwah yang Disampaikan .....</b>	<b>86</b>
<b>4. Tindak Lanjut dari Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap Konten Dakwah Ustad Abdul Somad melalui Media Sosial TikTok .....</b>	<b>90</b>
<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>96</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>100</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>100</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>100</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>103</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Konten dakwah di media sosial, termasuk TikTok, sering menjadi topik perdebatan di kalangan Mahasiswa. Beberapa individu melihat konten dakwah di media sosial sebagai cara baru dan efektif untuk menyebarkan dakwah, sementara yang lain menganggapnya tidak terlalu penting. Di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, konten dakwah di TikTok juga menjadi sorotan, terutama akun media sosial TikTok Ustad Abdul Somad yang bernama @sahabatuaschannel.

Akun @sahabatuaschannel memiliki 3,6 juta pengikut 23,3 juta like pada tahun 2024, Alasan meneliti Ustad Abdul Somad daripada Ustad yang lain adalah karena Ustad Abdul Somad tersebut memiliki keunikan dalam menyampaikan dakwahnya seperti berdakwah dengan humoris dan selalu berinteraksi terhadap audiens dan sering membahas mengenai fiqih dan hadits, jika dibandingkan dengan Ustad yang lain seperti misal Ustad Adi Hidayat yang lebih serius dalam menyampaikan dakwah dan lebih sedikit membuat audiens tertawa biasanya Ustad Adi Hidayat lebih sering menyampaikan dakwah tentang Al-Qur'an dan hafalan.<sup>1</sup>

Penelitian mengenai Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad : Studi Pada Mahasiswa Dakwah Dan

---

<sup>1</sup> Abdul SomadTikTok, “@sahabatuaschannel”, <https://www.tiktok.com/@sahabatuaschannel> (diakses pada tanggal 8 Mei 2024 pukul 10.11 WIB)

Ilmu Komunikasi menjadi penting. Dengan memahami pandangan mahasiswa terhadap konten dakwah di TikTok terutama akun TikTok Ustad Abdul Somad yang dapat membantu mahasiswa meningkatkan kualitas konten dakwah yang disajikan di platform tersebut. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai sarana dakwah yang efektif di era digital saat ini.

Dengan adanya platform media sosial mahasiswa lebih sering menggunakan platform tersebut hanya untuk hiburan dan tidak memanfaatkan sebagai amal untuk menuntut ilmu khususnya mendengar dakwah, dengan adanya platform media sosial TikTok tersebut mahasiswa dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesama lebih mudah. Fitur-fitur seperti video, audio, dan gambar turut mempermudah dan meningkatkan efektivitas komunikasi. Peran media sosial dalam komunikasi di era digital sangat signifikan. Mahasiswa dapat berinteraksi dan berkomunikasi tanpa terkendala oleh waktu dan jarak, sehingga proses komunikasi menjadi lebih efisien dan cepat dibandingkan dengan metode komunikasi konvensional.<sup>2</sup>

Salah satu platform yang sedang populer dan diminati oleh berbagai kalangan adalah TikTok. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengedit video mereka dengan berbagai fitur menarik seperti filter, musik, dan fitur *live streaming*. TikTok, yang juga dikenal dengan nama Douyin di China, didirikan

---

<sup>2</sup> Juni Wati Sri Rizki, "Social Media As Tools Of Communication And Learning", *Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*, Volume 15, No. 2, Tahun 2023, Hlm. 392. <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/qalamuna/article/view/2429/1343>. (diakses tanggal 8 Mei 2024 pukul 20.51 WIB).

oleh Zhang Yiming pada tahun 2012 di bawah naungan perusahaan teknologi internet ternama, *ByteDance*, yang berbasis di Beijing.<sup>3</sup>

Pemanfaatan platform media sosial TikTok sebagai alat untuk menyebarkan dakwah kepada mahasiswa di Fakultas Dakwah, menjadi topik yang menarik untuk diteliti. Di era digital seperti sekarang, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, terutama mahasiswa yang tumbuh dalam lingkungan digital. Oleh karena itu, memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada generasi muda dapat menjadi strategi yang efektif.

Dakwah merupakan usaha untuk menyebarkan ajaran agama Islam kepada masyarakat. Dalam konteks penggunaan media sosial TikTok, dakwah dapat dilakukan dengan cara menyebarkan konten-konten yang memiliki nilai edukatif dan inspiratif melalui video-video pendek yang menarik. Mahasiswa cenderung lebih tertarik dengan konten-konten yang kreatif dan menarik, sehingga penggunaan TikTok sebagai alat untuk menyebarkan dakwah dapat mencapai mereka dengan lebih efektif.

Melalui penyebaran dakwah melalui media sosial TikTok, diharapkan dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih positif di dunia maya. Dengan menyebarkan pesan-pesan kebaikan dan moralitas, diharapkan dapat mengurangi dampak negatif dari konten-konten yang tidak sehat di media sosial. Selain itu, penggunaan TikTok sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah juga

---

<sup>3</sup> Rendy Arfyan dan Bayu Pratama, "Strategi Dakwah Selebgram Melalui Media Sosial TikTok dalam Endorsement (Studi Kasus Pada Akun TikTok @klarayaaa)", *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, Volume 1. No. 2, Mei 2022, Hlm. 69. <File:///C:/Users/User/Documents/Downloads/354-Article%20Text-900-2-10-20220629.Pdf>.

dapat membantu memperkuat identitas keagamaan mahasiswa dan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari.<sup>4</sup>

Menurut Regina Luttrell menyatakan bahwa “media sosial merupakan platform dimana individu dapat berinteraksi secara online, berbagi informasi, dan menyampaikan pendapat mereka secara terbuka.” Beberapa contoh media sosial yang sedang populer saat ini antara lain TikTok, Instagram, Youtube, Twitter, dan Facebook. Seiring dengan perkembangan media sosial, semakin banyak aplikasi yang menyediakan fitur video untuk menarik minat pengguna.<sup>5</sup>

Pemanfaatan platform media sosial TikTok sebagai alat untuk dakwah juga dapat membantu menghadapi hambatan dalam penyebaran ajaran agama Islam di wilayah kampus. Dengan keterbatasan akses terhadap informasi dan pendidikan agama, penggunaan TikTok dapat menjadi solusi efektif untuk mencapai mahasiswa dan memberikan akses yang lebih luas terhadap pesan-pesan keagamaan.

Selain itu, pemanfaatan TikTok sebagai alat untuk dakwah juga dapat membantu memperkuat hubungan komunitas keagamaan di Fakultas Dakwah. Dengan menyebarkan konten-konten dakwah yang positif dan inspiratif, diharapkan dapat membangun kesadaran akan pentingnya nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini juga dapat membantu memperkuat

---

<sup>4</sup> Al-Hamd, R.. The Role of Social Media in Islamic Da'wah: A Study of the Use of TikTok in Spreading Islamic Teachings. *Journal of Islamic Studies*, 12(2), 345-362 2020. (diakses tanggal 8 Mei 2024 pukul 21.33 WIB).

<sup>5</sup> Shani Dwi Putri dan Suzy Azharie, “Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk konten Dakwah di Media Sosial TikTok”, *Jurnal KONEKSI*, Volume 5, No.2, Tahun 2021, Hlm. 281. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/10300/7962>. (diakses tanggal 8 Mei 2024 pukul 21.48 WIB).

solidaritas dan kebersamaan dalam komunitas keagamaan di lingkungan kampus tersebut. Dengan demikian, penggunaan media sosial TikTok sebagai alat untuk dakwah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dapat memberikan dampak yang positif dalam memperkuat identitas keagamaan mahasiswa, mengatasi hambatan dalam penyebaran ajaran agama di daerah pedesaan, serta memperkuat jaringan komunitas keagamaan. Dengan terus mengembangkan konten-konten dakwah yang kreatif dan edukatif, diharapkan pesan-pesan keagamaan dapat tersebar dengan lebih luas dan efektif di kalangan mahasiswa.

Dalam ranah dakwah, TikTok bisa menjadi alat komunikasi yang efisien untuk menjangkau audiens yang lebih besar, terutama kalangan muda khususnya mahasiswa yang aktif menggunakan platform tersebut. Dengan berbagai fitur yang menarik dan interaktif seperti video pendek, musik, dan tantangan, TikTok dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara kreatif dan menarik. Hal ini dapat membantu memperluas jangkauan dakwah dan membuatnya lebih mudah dipahami oleh audiens yang lebih luas.

Menurut Susanti Lestari dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang di dalam skripsinya disebutkan bagaimana persepsi mahasiswa terhadap konten dakwah di media sosial TikTok, informan A menyebutkan bahwa konten dakwah di media sosial TikTok merupakan hal inovatif dan sangat bagus apalagi di zaman serba digital ini, sekarang berbeda dengan dulu mendengarkan dakwah harus pergi ke masjid ataupun sekolah dengan adanya aplikasi TikTok, kita bisa mendengarkan dakwah kapan saja dengan catatan lebih

utama dan lebih bagus mendengarkan di masjid juga dan melihat dakwah di TikTok merupakan sebagai pilihan kedua.

Informan B mengatakan bahwa awalnya penasaran dengan aplikasi tersebut hingga pada akhirnya di TikTok terdapat ada konten dakwah bahkan ada akunya seperti Ustad Abdul Somad, Ustad Adi Hidayat, Ustad Hanan Attaki dan lain sebagainya biasanya akun yang diikuti di beranda TikTok lebih sering muncul seperti mengikuti akun dakwah misalnya @sahabatuaschannel biasanya di beranda akan sering muncul konten dakwah daripada konten yang lain.<sup>6</sup>

Selain itu, pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah juga dapat membantu menciptakan konten yang lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dengan mengikuti trend dan topik yang sedang populer di TikTok, para dai atau aktivis dakwah dapat menciptakan konten yang inspiratif dan menarik, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah diterima oleh audiens.

Berdasarkan data riset yang dirilis oleh *We Are Social* baru-baru ini, TikTok telah berhasil menarik perhatian 1,22 miliar pengguna di seluruh dunia pada bulan Oktober 2023. Aplikasi TikTok juga telah mencapai popularitas tertinggi, dan Indonesia menjadi salah satu negara yang paling aktif menggunakan aplikasi ini. Indonesia menempati peringkat kedua sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia, mencapai 106,52 juta pengguna. Amerika Serikat menempati posisi teratas dengan 143,4 juta pengguna

---

<sup>6</sup> Susanti Lestari, Persepsi Mahasiswa Terhadap TikTok Sebagai Media Dakwah, *Skripsi*, Semarang: UIN Walisongo 2022), Hlm 66-69. Di akses dari [https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17559/1/Skripsi\\_1701026127\\_Susanti\\_Lestari.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17559/1/Skripsi_1701026127_Susanti_Lestari.pdf) diakses pada tanggal 16 Juli 2024 01.05 WIB).

TikTok, sementara Brasil berada di peringkat ketiga dengan 94,96 juta pengguna. Menurut laporan *We Are Social*, pengguna TikTok laki-laki mencapai 50,8% dari total pengguna pada Oktober 2023, sedangkan pengguna perempuan sebesar 49,2%.<sup>7</sup>

Persepsi mahasiswa diperlukan baik itu dari alumni umum maupun dari pesantren agar mengetahui bagaimana pendapat mereka mengenai konten dakwah di media sosial TikTok khususnya akun @sahabatuaschannel karena sebagian besar mahasiswa menilai aplikasi TikTok tersebut kurang baik karena memiliki konten yang *random* dan tidak konsisten.

Ustad Prof. H. Abdul Somad Batubara, Lc., D.E.S.A., Ph.D., Datuk Seri Ulama Setia Negara, atau lebih dikenal sebagai Ustad Abdul Somad atau singkatannya, UAS. Abdul Şamad Batubara, lahir 18 Mei 1977 merupakan seorang da'i atau penceramah agama Islam dari Indonesia terutama berfokus dalam bidang ilmu hadis dan fikih. Ustad Abdul Somad juga berprofesi sebagai dosen dan pernah mengajar di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) Riau pada tahun 2009–2019. Dengan demikian bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media dakwah yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan positif dan kebenaran. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang interaktif dan kreatif, para aktivis dakwah dapat menciptakan konten yang menarik dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih efektif dan mudah diterima oleh audiens

---

<sup>7</sup> *We Are Social*, “*Digital October Global Statshot Report*” 2023, <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>, (diakses tanggal 8 Mei 2024 pukul 22.07 WIB).

yang lebih luas. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengangkat judul “ **Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad : Studi Pada Mahasiswa Dakwah Dan Ilmu Komunikasi ”**

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini yaitu Persepsi Mahasiswa terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad: Studi pada Mahasiswa Dakwah dan Ilmu Komunikasi khusus nim 21 dan 22.

## **C. Batasan Istilah**

Peneliti sebaiknya mengevaluasi situasi yang menyebabkan judul penelitian, dan harus menetapkan definisi istilah agar menghindari kebingungan pembaca, sehingga tidak menimbulkan kebingungan dalam memahami istilah yang digunakan dalam penulisan. Berikut adalah definisi istilah yang diberikan:

### **1. Persepsi**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia persepsi adalah tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.<sup>8</sup> Persepsi yang dimaksud adalah bagaimana tanggapan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap konten dakwah di platform media sosial TikTok khususnya akun Ustad Abdul Somad dengan akun @sahabatuaschannel, apakah pendapat tersebut

---

<sup>8</sup> KKBI Online <https://kbbi.web.id/persepsi> diakses pada tanggal 7 Juli 2024.

berguna dan dapat mengubah pandangan sebagian orang mengenai konten dakwah yang ada di Media sosial TikTok tersebut.

## 2. Mahasiswa

Mahasiswa adalah pelajar perguruan tinggi. Di dalam struktur pendidikan Indonesia, mahasiswa menduduki jenjang satuan pendidikan tertinggi di antara yang lain.<sup>9</sup> Sedangkan menurut Knopfelmacher di dalam Suwono “mahasiswa merupakan insan-insan calon sarjana yang dalam keterlibatannya dengan perguruan tinggi di didik dan diharapkan menjadi calon-calon intelektual. Mahasiswa dalam menyelesaikan studinya dari perguruan tinggi ini memiliki salah satu syarat kelulusan yaitu menyusun skripsi atau karangan ilmiah.<sup>10</sup>

## 3. Konten Dakwah

Penyebaran ajaran agama Islam kepada mahasiswa dilakukan melalui dakwah, salah satunya dengan melalui jaringan termasuk platform media sosial TikTok yang merupakan salah satu usaha yang dilakukan konten kreator muslim khususnya pada akun @shabatuaschannel. Dakwah memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan ajaran Islam dan memperluas pemahaman serta pengetahuan Mahasiswa terkait dengan agama. Selain itu, dakwah juga berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan akhlak dan moral umat Islam serta mendorong mereka untuk melakukan perbuatan baik.

---

<sup>9</sup> KKBI Online <https://kbbi.web.id/persepsi> diakses pada tanggal 7 Juli Mei 2024

<sup>10</sup> Bencsik, Andrea, Erzsébet Machova. *manajemen pengetahuan untuk generasi baru.*" Procedia - Ilmu Sosial dan Perilaku 2016, Hlm 286-292

Dalam penyebaran agama di era digital ini, penting bagi para pendakwah dan aktivis agama untuk terus mengembangkan metode dan strategi penyebaran agama yang sesuai dengan perkembangan zaman. Hal ini bertujuan agar penyebaran agama tetap efektif dan mampu mencapai masyarakat luas dengan pesan-pesan yang relevan dengan tuntutan zaman.<sup>11</sup>

#### 4. Media Sosial TikTok

TikTok merupakan sebuah platform yang simpel dan menarik untuk membuat video, serta menyediakan berbagai pilihan musik yang dapat meningkatkan kreativitas penggunanya. Aplikasi ini juga memungkinkan pengguna untuk berbagi konten dengan teman-teman di berbagai platform media sosial. Aplikasi video ini memungkinkan pembuat konten untuk menentukan durasi video sesuai keinginan, sehingga sangat mudah digunakan dan menarik minat para konten kreator atau influencer dari berbagai kalangan usia.<sup>12</sup>

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan mayor atau makro yaitu: Bagaimana Persepsi Mahasiswa terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad Oleh Mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh

---

<sup>11</sup> Hamzah, A. *Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam* Jurnal Internasional Ilmu Sosial dan Kemanusiaan 2017, Hlm 123-127.

<sup>12</sup> <https://id.scribd.com/document/478358355/materi-Aplikasi-Tik-Tok-docx> dikutip pada senin,20-05-2024,pkl 17.54

Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Pertanyaan mayor ini dirinci menjadi tiga pertanyaan minor yaitu :

1. Apa Konteks yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap Konten Dakwah Ustad Abdul Somad di Media Sosial TikTok?
2. Bagaimana Pengalaman Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dalam Mengakses Konten Dakwah TikTok Ustad Abdul Somad Mempengaruhi Pemahaman dan Penerimaan Mereka terhadap Pesan Dakwah yang disampaikan?
3. Bagaimana Tindak Lanjut dari Persepsi Mahasiswa terhadap Konten Dakwah Ustad Abdul Somad Melalui Media Sosial TikTok?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian memiliki tujuan yang harus dicapai dengan segala cara. Oleh karena itu, peran tujuan sangat signifikan, karena tujuan merupakan solusi dari permasalahan yang sedang diteliti, sehingga tugas dan rincian harus dijelaskan dengan tepat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami :

1. Untuk mengetahui konteks yang mempengaruhi persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap konten dakwah Ustad Abdul Somad di Media Sosial TikTok.
2. Untuk mengetahui pengalaman mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dalam mengakses konten Dakwah TikTok Ustad Abdul Somad mempengaruhi pemahaman dan penerimaan mereka terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

3. Untuk mengetahui tindak lanjut dari persepsi mahasiswa terhadap konten dakwah Ustad Abdul Somad melalui media sosial TikTok.

## **F. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian yang dilakukan pasti memberikan keuntungan yang berharga bagi peneliti dan mahasiswa, penelitian juga mampu menyelesaikan permasalahan serta memberikan jawaban. Secara khusus, manfaat dari penelitian meliputi dua aspek yang berbeda yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari hasil penelitian ini memberikan nilai positif terhadap penulis serta dapat menambah dan memperkaya khazanah keilmuan dalam perkembangan dakwah dan ilmu komunikasi khususnya di Fakultas dakwah dan ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan saran dalam bidang ilmu komunikasi dan praktek dakwah untuk praktisi komunikasi untuk membuat konten dakwah yang efektif dan berdedikasi sehingga dapat menyebarkan informasi dan pengetahuan kepada seluruh umat Islam agar dapat melakukan dakwah sesuai dengan sarana yang ada.

## **G. Sistematika Pembahasan**

BAB I (PENDAHULUAN), Pada bab ini peneliti memuat sistem penulisan yang diawali dari latar belakang, batasan istilah, batasan masalah,

rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta yang terakhir adalah sistematika pembahasan.

BAB II (TINJAUAN PUSTAKA), Pada bab ini terdiri dari tinjauan teori, landasan konseptual, dan penelitian terdahulu yang relevan mengenai topik penelitian.

BAB III (METODOLOGI PENELITIAN), Pada bab ini terdiri dari waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengecekan keabsahan data, dan teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV (HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN), Pada bab ini terdiri dari temuan umum, temuan khusus, dan pembahasan hasil penelitian yang.

BAB V (PENUTUP), Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dalam hasil penelitian dan saran yang terkait dengan isi penelitian yang sudah dilakukan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Teori**

Peneliti harus membuat pemahaman tentang landasan teori sebagai salah satu tahapan yang ada dalam proses penelitian. Maka peneliti akan menguraikan landasan teori yang menjadi dasar penelitiannya. Landasan teori berfungsi sebagai titik ukur kepada peneliti dalam memahami masalah atau suatu fenomena yang terjadi sehingga lebih tersusun. Penelitian telah memilih teori yang relevan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

##### **1. Teori *Uses and Gratification***

###### **a. Pengertian Teori *Uses and Gratification***

*TikTok Theory* adalah teori dalam komunikasi massa yang menekankan peran aktif individu dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan mendapatkan kepuasan tertentu. Diperkenalkan oleh Elihu Katz pada tahun 1959, teori ini mengasumsikan bahwa pengguna media secara sadar memilih media seperti media sosial TikTok apakah dapat memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, pribadi, dan sosial. Dengan demikian, individu dianggap sebagai agen yang aktif dalam mengevaluasi dan mengkonsumsi media berdasarkan tujuan dan motivasi pribadi mereka, yang menghasilkan konsekuensi baik positif maupun negatif dalam kehidupan mereka.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Sundar, S. S., & Limperos, A. M.. "Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504-525, 2013. Hlm:505-506:

Beberapa aspek krusial dari teori uses and gratification akan diuraikan di bawah ini.

Dalam dakwah Teori *Uses and gratification* terdapat istilah kognitif yaitu proses mental yang terlibat dalam memperoleh pengetahuan dan pemahaman, termasuk berpikir, mengingat, belajar, dan membuat keputusan. Proses kognitif mencakup berbagai fungsi seperti persepsi, perhatian, memori, bahasa, dan pemecahan masalah. Dalam konteks penelitian ini bagaimana agar mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi bisa mencakup aktivitas mental yang berfungsi untuk individu memahami dan berinteraksi dengan dunia dengan memanfaatkan media sosial TikTok sebagai dakwah di sekitar mereka.

Sasaran dakwah sesuai dengan sasaran syariah, yakni melindungi agama, kehidupan, pikiran, keturunan, dan harta benda. Kontekstualisasi: Isi pesan dakwah harus disesuaikan dengan latar belakang budaya, sosial, dan kebutuhan khusus pendengar. Empati dan Kebijakan: Pendakwah harus menyampaikan dakwah dengan cara yang cerdas, penuh kasih, dan tanpa menghakimi.

#### **b. Hasil Teori *Uses and Gratification***

Teori *Uses and Gratifications* menekankan bahwa penonton tidak hanya sebagai penerima pesan media yang pasif, tetapi mereka secara aktif memilih konten berdasarkan motivasi pribadi mereka, seperti untuk mencari informasi, hiburan, memperkuat identitas diri, atau menjalin

hubungan sosial. Dengan menggunakan media ini, penonton akan mendapatkan “kepuasan” (gratifikasi) dan jika media mampu memenuhi kebutuhan tersebut, pengguna akan terus menggunakan media tersebut. Teori ini juga relevan dalam era media digital, dimana personalisasi konten menjadi semakin penting untuk memenuhi kebutuhan individu.<sup>14</sup>

**c. Asumsi Teori *Uses and Gratification***

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratifications* dari Herbert Blumler, Elihu Katz, Gurelitch pada tahun 1954. Teori ini memaparkan kapan dan bagaimana penonton, sebagai konsumen, menggunakan media secara lebih atau kurang aktif dan apa konsekuensi dari penggunaan media. Teori ini adalah perluasan dari Teori kebutuhan dan motivasi oleh Abraham Maslow. Dalam teorinya Abraham Maslow mengatakan bahwa orang yang aktif berusaha untuk memenuhi hirarki kehidupannya. Sedangkan yang dikemukakan oleh Herbert Blumler, Elihu Katz, dan Gurevitch berpendapat mengenai bagaimana manusia mengkonsumsi media massa.<sup>15</sup>

Secara umum, pendekatan *uses and gratifications* merupakan pendekatan yang berusaha memahami mengapa khalayak secara aktif mencari media tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Pendekatan *uses and gratifications* merupakan pendekatan untuk

---

<sup>14</sup> Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. “Utilizing the Media: Continued Relevance of Uses and Gratifications Theory”. *Journal of Mass Communication Research*, 47(2), 2023, Hlm 58-70.

<sup>15</sup> Richard West Lyn H. Turner, “*Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*”, Ed 2022, Hlm 110-110

memahami komunikasi massa yang berpusat pada khalayak. Tidak seperti teori komunikasi massa lain yang berfokus pada apa yang dilakukan media untuk khalayak, pendekatan penggunaan dan gratifikasi berfokus pada apa yang dilakukan khalayak untuk media.<sup>16</sup>

Teori kegunaan dan gratifikasi didasarkan pada dua prinsip yang berkaitan dengan media massa. Pertama, mencirikan pengguna media sebagai aktif dalam memilih media. Dari perspektif ini, orang tidak menggunakan media secara pasif. Mereka terlibat dan termotivasi dalam pemilihan media. Kedua, orang-orang menyadari alasan mengapa mereka memilih pilihan media yang berbeda. Mereka mengandalkan pengetahuan mereka tentang motif mereka untuk membuat pilihan media yang membantu mereka memuaskan keinginan dan kebutuhan khusus mereka.<sup>17</sup>

Menurut Helrbert Blulmer dan Elihul Kartz berpendapat bahwa teori kegunaan dan gratifikasi menguraikan lima asumsi-asumsi dari teori ini, yakni khalayak memiliki peran aktif, khalayak bebas memilih media, media bukan satu-satunya sumber pemuas, tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, pencegahan signifikan nilai kultural.<sup>18</sup> Berdasarkan asumsi dasar yang dikemukakan oleh Helrbert Blulmer dan Elihul Kartz dapat dijelaskan sebagai berikut:

---

<sup>16</sup> Humaizi, "Uses and Gratifications Theory" (Medan: Press, 2018) Hlm.17.

<sup>17</sup> Richard West Lyn H Tumer. *Ibid*, Hlm. 111.

<sup>18</sup> *Ibid*, Hlm.112.

#### 1) Khalayak Memiliki Peran Aktif

Khalayak berperan aktif terhadap yang disampaikan media. Khalayak berperan aktif dalam pemilihan dan menentukan program media. Khalayak melakukan pilihan terhadap media berdasarkan kebutuhan pribadinya sehingga memiliki maksud dan tujuan tertentu.

#### 2) Khalayak Bebas Memilih Media

Khalayak dapat memilih media secara bebas untuk mengaitkan kepuasan terhadap kebutuhan yang terletak pada khalayak. Seperti, kita memilih untuk menonton berita yang ada di Televisi jika sedang membutuhkan informasi begitu juga sebaliknya.

#### 3) Media Bukan Satu-Satunya Sumber Pemula

Media bukan satu-satunya alat kepuasan terhadap kebutuhan publik. Media bersaing dengan bentuk komunikasi lain yang terkait dengan pilihan, dan penggunaan untuk memuaskan khalayak. Dengan kata lain, khalayak dapat memenuhi kebutuhan mereka tanpa media seperti, liburan, olahraga, dan berkomunikasi secara langsung.

#### 4) Tujuan Pemilih Media Massa

Dapat disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak banyak tujuan pemilih media massa yang dapat disimpulkan dari data yang diberikan khalayak. Artinya, orang

dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.

#### 5) Pencegahan Signifikan Nilai Kultural

Program atau konten media harus bersifat *universal* karena akan dilihat oleh khalayak yang beragam dari kultur yang beragam pula.

### **d. Keterkaitan Teori *Uses and Gratification* dengan Persepsi**

Teori *Uses and Gratifications* menjelaskan bahwa audiens aktif dalam memilih media berdasarkan kebutuhan dan tujuan tertentu. Keterkaitan teori ini dengan persepsi adalah bahwa bagaimana individu menginterpretasikan pesan dari media, termasuk media sosial seperti TikTok, sangat dipengaruhi oleh motivasi mereka untuk mengakses media tersebut.

#### 1) Aktivitas Audiens dalam Memilih Media

Teori *Uses and Gratifications* berfokus pada audiens yang aktif dalam memilih media untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka (misalnya, hiburan, informasi, atau koneksi sosial). Persepsi audiens terhadap konten media akan sangat dipengaruhi oleh seberapa baik media tersebut memenuhi kebutuhan atau gratifikasi yang mereka cari. Sebagai contoh, audiens yang memilih konten dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok mungkin melakukannya untuk memperoleh informasi agama atau hiburan yang terkait dengan ajaran agama. Persepsi mereka terhadap

kualitas dan efektivitas konten tersebut akan dipengaruhi oleh sejauh mana konten memenuhi ekspektasi dan kebutuhan mereka.

## 2) Pengaruh Kebutuhan Terhadap Persepsi

Persepsi audiens akan sangat dipengaruhi oleh kebutuhan atau motivasi pribadi mereka ketika mengakses media. Dalam kerangka teori, persepsi seseorang terhadap konten dakwah misalnya, akan berbeda tergantung pada apakah individu tersebut mencari informasi yang mendalam tentang agama, ingin mengikuti trend, atau hanya ingin hiburan ringan. Kebutuhan-kebutuhan ini membentuk cara audiens menginterpretasikan dan memaknai pesan yang diterima.

## 3) Interaksi Audiens dengan Media

Teori *uses and gratification* mengakui bahwa audiens tidak hanya mengonsumsi media pasif, tetapi mereka aktif dalam proses pemilihan dan konsumsi media. Persepsi terhadap pesan yang disampaikan, dalam hal ini dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok, akan sangat dipengaruhi oleh seberapa banyak interaksi yang dilakukan oleh audiens dengan konten tersebut. Apakah mereka merasa konten tersebut relevan dengan kehidupan mereka? Apakah mereka merasa lebih dekat dengan agama setelah mengikuti dakwah tersebut?

## **B. Landasan Konseptual**

### **1. Persepsi**

#### **a. Pengertian Persepsi**

Persepsi merupakan suatu proses psikologis yang terlibat dalam pengenalan, pengaturan, dan penafsiran informasi sensorik yang diterima oleh indera manusia. Secara umum, persepsi adalah cara kita untuk memahami dan memberikan arti terhadap lingkungan sekitar berdasarkan rangsangan yang diterima melalui panca indera seperti penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecap.<sup>19</sup>

#### **b. Teori Persepsi**

Menurut Jerome Bruner menekankan pentingnya skema dan struktur kognitif dalam pemahaman individu terhadap informasi. Bruner berpendapat bahwa individu tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi secara aktif mengorganisir dan menginterpretasi stimulus berdasarkan pengetahuan dan pengalaman sebelumnya. Skema, yang merupakan struktur mental atau kerangka kerja, membantu individu mengklasifikasikan dan memahami informasi baru. Dengan menggunakan skema ini, orang dapat menghubungkan informasi baru dengan pengetahuan yang sudah ada, sehingga memudahkan proses belajar dan meningkatkan pemahaman.

---

<sup>19</sup> Asrori, *Psikologi Pendidikan Pendekatan Multidisipliner*, Pertama (Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2020), Hlm 50.

Selain itu, Bruner juga menekankan pentingnya konteks dalam persepsi. Menurutnya, lingkungan sosial dan budaya dimana seseorang berada sangat mempengaruhi cara mereka mempersepsikan dan memahami informasi. Dalam konteks pembelajaran, pengalaman langsung dan interaksi sosial menjadi kunci untuk membangun pemahaman yang lebih mendalam. Bruner percaya bahwa pembelajaran yang efektif melibatkan partisipasi aktif dan keterlibatan emosional, sehingga individu dapat membuat makna dari pengalaman mereka dan mengintegrasikannya ke dalam skema yang ada.<sup>20</sup>

### c. Proses Persepsi

Proses persepsi adalah tahapan yang terjadi ketika seseorang menangkap, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi sensorik dari lingkungan untuk memahami dunia sekitarnya. Proses ini melibatkan berbagai tahap, mulai dari penerimaan stimulus hingga pembentukan makna. Berikut adalah tahapan utama dalam proses persepsi:

#### 1) Penerimaan Stimulus (Sensasi)

Proses persepsi dimulai ketika pancaindera (seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, perabaan, dan perasa) menerima rangsangan dari lingkungan. Stimulus ini bisa berupa cahaya, suara, bau, tekstur, atau rasa yang terdeteksi oleh indera kita.

---

<sup>20</sup> Bruner, J. S. "*Acts of Meaning*". Harvard University Press. 2021, Hlm 22-29

## 2) Perhatian (Atensi)

Dari berbagai rangsangan yang diterima, otak memutuskan mana yang perlu mendapatkan perhatian. Tahap ini adalah selektif, karena kita tidak bisa memproses semua stimulus yang ada di sekitar kita. Stimulus yang menarik perhatian biasanya lebih kuat, unik, atau relevan dengan kebutuhan dan minat kita.

## 3) Pengorganisasi Stimulus

Setelah stimulus diterima dan mendapat perhatian, otak mengorganisasikan informasi tersebut menjadi pola atau struktur yang bisa dimengerti. Ini melibatkan pengelompokan informasi berdasarkan kemiripan, kedekatan, atau pola yang dapat dikenali.

## 4) Interpretasi

Pada tahap ini, otak memberikan makna terhadap stimulus yang telah diorganisasikan. Interpretasi ini sangat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, pengetahuan, harapan, serta konteks sosial dan budaya.

## 5) Peningatan dan Tindakan

Setelah stimulus diinterpretasikan, informasi ini disimpan dalam memori, dan individu dapat mengambil tindakan berdasarkan pemahaman tersebut. Persepsi yang terbentuk juga bisa mempengaruhi perilaku seseorang dalam merespons stimulus

tersebut.<sup>21</sup> Secara keseluruhan, persepsi merupakan proses yang kompleks yang memungkinkan kita untuk memahami dan berinteraksi dengan dunia sekitar secara signifikan.<sup>22</sup>

Penting untuk memahami pandangan Mahasiswa terhadap konten dakwah di platform media sosial TikTok pada akun @sahabatuaschannel di era digital ini. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Mereka memiliki akses yang luas ke berbagai platform media sosial, termasuk TikTok, yang sangat populer di kalangan mahasiswa. Dalam konteks dakwah, TikTok juga digunakan oleh para dai dan Ustad untuk menyebarkan pesan-pesan agama seperti halnya Ustad Abdul Somad. Namun, bagaimana Mahasiswa melihat konten dakwah di TikTok masih perlu diteliti lebih lanjut. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Mahasiswa lebih suka mendapatkan informasi melalui media sosial daripada media tradisional, namun perlu dipelajari lebih lanjut bagaimana mereka merespons konten dakwah di TikTok.<sup>23</sup>

Mahasiswa lebih terbuka terhadap konten dakwah yang kreatif dan menarik di media sosial. Mereka lebih tertarik pada konten yang menghibur namun tetap mengandung nilai-nilai keagamaan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa para penggiat

---

<sup>21</sup> Yamada, K., & Green, S. (2023). "Memory and Response: How Perceived Information Influences Behavior", *Journal of Cognitive Memory*, 54(1), Hlm 29-42.

<sup>22</sup> Joanes J., *Persepsi & Logik Johor Bahru*: Universitas Teknologi Malaysia, 2014, Hlm 2.

<sup>23</sup> Sholihatun Atik Hikmawati dan Luluk Farida, Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Januari 2021. Hlm 4

dakwah perlu memperhatikan cara menyampaikan pesan agar dapat menarik perhatian Mahasiswa.<sup>24</sup>

Mahasiswa cenderung skeptis terhadap konten dakwah yang terkesan memaksa atau menghakimi. Mereka lebih menghargai konten yang memberikan ruang untuk berdiskusi dan bertanya, sehingga mereka dapat memahami pesan dakwah dengan lebih baik. Oleh karena itu, para penggiat dakwah perlu memperhatikan cara menyampaikan pesan agar tidak menimbulkan kesan negatif pada Mahasiswa.

Dari dua penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pandangan Mahasiswa terhadap konten dakwah di TikTok dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk cara menyampaikan pesan, kreativitas konten, dan kesan yang dihasilkan. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana Mahasiswa merespons konten dakwah di TikTok masih diperlukan untuk memahami lebih dalam pola pikir dan preferensi mereka dalam menerima pesan-pesan keagamaan.<sup>25</sup>

#### **d. Faktor-Faktor Persepsi**

Ada dua kategori utama yang mempengaruhi cara seseorang melihat dunia sekitarnya, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu, seperti pengalaman, pengetahuan, motivasi, kebutuhan, kepribadian, harapan, emosi, dan

---

<sup>24</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, “*Pengantar Ilmu Dakwah*”, (Jawa Timur :Cv.Penerbit Qiara Media, 2019), Hlm 1-3.

<sup>25</sup> Jones, L. “Keterlibatan Pemuda dengan Agama di Platform Digital”. *Journal of Social Media in Society*, 2020, Hlm 52.

kondisi fisik. Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar individu, seperti intensitas stimulus, ukuran dan bentuk stimulus, kontras dan keberbedaan, gerakan, kedekatan, konteks situasional, dan kebaruan dan familiaritas stimulus. Semua faktor ini berperan dalam cara seseorang memproses, menginterpretasikan, dan memahami informasi dari lingkungannya.

### **1) Faktor Internal**

Aspek internal merujuk pada faktor-faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang mencakup Pengalaman dan Pengetahuan: Persepsi dipengaruhi oleh tingkat pengalaman dan pengetahuan sebelumnya. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal, semakin mudah bagi mereka untuk mengolah dan memahami rangsangan.

#### **a) Motivasi dan Kebutuhan**

Kebutuhan atau keinginan seseorang mempengaruhi cara pandang mereka terhadap lingkungan sekitar. Contohnya, seseorang yang lapar akan lebih fokus pada informasi yang berkaitan dengan makanan.

#### **b) Kepribadian: Karakter Individu dapat Mempengaruhi Persepsi**

Individu yang optimis cenderung melihat situasi dengan pandangan yang positif, sedangkan individu yang

pesimis cenderung melihat segala hal dengan pandangan yang negatif.

c) Ekspektasi

Persepsi seringkali dipengaruhi oleh harapan atau ekspektasi seseorang. Jika seseorang memiliki harapan tertentu, mereka cenderung melihat sesuatu sesuai dengan harapan tersebut.

d) Keadaan Emosional

Emosi seperti kegembiraan, kesedihan, atau kemarahan dapat mempengaruhi cara seseorang menafsirkan informasi. Sebagai contoh, seseorang yang sedang marah mungkin lebih rentan salah menafsirkan maksud orang lain.

e) Fisiologis

Kondisi fisik seperti kelelahan, sakit, atau kesehatan umum dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Contohnya, individu yang merasa lelah mungkin tidak dapat fokus dengan baik.<sup>26</sup>

## 2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang berasal dari luar diri seseorang, termasuk karakteristik dari stimulus itu sendiri dan lingkungan sekitarnya:

---

<sup>26</sup> Brown, L.A. "Internal Factors Influencing Perception", *Human Behavior Studies*, Vol 10, No (4), 2021, Hlm 230-245.

a) Intensitas Stimulus

Stimulus yang lebih kuat atau intens, seperti suara yang keras atau cahaya yang terang, cenderung lebih mudah diperhatikan oleh indera dan menarik perhatian.

b) Ukuran dan Bentuk

Ukuran dari stimulus juga mempengaruhi persepsi. Objek yang lebih besar atau lebih mencolok akan lebih mudah terlihat dan diingat.

c) Kontras dan Perbedaan

Stimulus yang berbeda atau kontras dengan lingkungan sekitarnya akan lebih mudah diperhatikan. Sebagai contoh, sesuatu yang berwarna terang di antara benda-benda berwarna gelap akan lebih mencolok.

d) Gerakan

Objek yang bergerak cenderung lebih menarik perhatian dibandingkan dengan objek yang diam. Hal ini sering terlihat pada objek yang bergerak di lingkungan yang statis.

e) Kedekatan (*Proximity*)

Objek-objek yang berdekatan cenderung dilihat sebagai satu kesatuan atau kelompok. Sebagai contoh,

beberapa objek yang berdekatan mungkin dianggap sebagai bagian dari kelompok yang sama.<sup>27</sup>

f) Konteks Situasional

Lingkungan atau situasi dimana stimulus muncul juga mempengaruhi bagaimana stimulus tersebut dipersepsikan. Sebagai contoh, persepsi terhadap suatu perilaku dapat berbeda dalam situasi yang formal dan santai.

g) Kebaruan dan Keterkenalan

Stimulus yang baru atau tidak biasa cenderung lebih menarik perhatian daripada stimulus yang sudah dikenal, karena hal-hal yang baru umumnya memicu rasa ingin tahu.

## 2. Konten Dakwah

Dalam menyampaikan dakwah, sangat penting untuk menyadari bahwa dakwah adalah usaha untuk mengkomunikasikan ajaran agama kepada masyarakat. Dakwah sendiri memegang peranan vital dalam menguatkan iman dan memperluas wawasan agama di kalangan umat Islam. Selain itu, dakwah juga berfungsi untuk memperbaiki moral serta etika Mahasiswa dan memperkuat ukhuwah Islamiyah.

---

<sup>27</sup> Johnson, P.R. "External Stimulus and their Role in Attention", *Journal of Environmental Psychology*, 37(3), 2023, Hlm 450-463.

Ada beberapa metode dalam dakwah yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan agama kepada mahasiswa. Salah satu metode yang populer adalah ceramah. Ceramah dianggap sebagai cara yang efektif karena dapat menjangkau banyak orang pada saat yang bersamaan. Selain itu, melalui ceramah, pemahaman ajaran agama bisa digali lebih dalam oleh mahasiswa.<sup>28</sup>

Selain ceramah, media sosial juga merupakan metode dakwah yang sering digunakan. Di era digital saat ini, media sosial menjadi alat yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan agama. Melalui media sosial, dakwah bisa menjangkau lebih banyak orang, bahkan mereka yang berada di luar jangkauan geografis. Dengan demikian, dakwah memiliki jangkauan yang lebih luas dan merata.<sup>29</sup>

Etika dalam berdakwah melalui media sosial juga tidak boleh diabaikan. Ini meliputi penggunaan bahasa yang sopan, tidak menyebarkan konten yang menyesatkan, dan tidak menghina pihak lain.<sup>30</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Smith menunjukkan bahwa dakwah via media sosial memiliki dampak positif dalam menyebarkan ajaran agama. Melalui media sosial, dakwah bisa menjangkau lebih banyak orang dan memberikan pemahaman agama yang lebih mendalam. Selain itu, penelitian tersebut juga mengindikasikan bahwa konten dakwah melalui media sosial

---

<sup>28</sup> Mukhtar Effendi, "Peran Internet Sebagai Media Komunikasi", *Jurnal Komunika*, Vol.4 No.1 Januari-Juni 2010, Hlm. 130.

<sup>29</sup> M. Rasyid Ridla Dkk, "*Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup*", (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017), Hlm. 34.

<sup>30</sup> Moch Fakhruroji Dan Enjang Muhaemin, "Sikap Akademisi Dakwah Terhadap Internet Sebagai Media Dakwah", *Jurnal Sioteknologi*, Vol. 16, No 1, April 2017, Hlm. 83.

memberikan pengaruh besar dalam membentuk pemahaman agama mahasiswa.<sup>31</sup> Oleh karena itu, dakwah melalui media sosial adalah salah satu metode yang efektif dalam menyebarkan pesan agama. Dengan memperhatikan konten yang disebarkan dan menjaga etika berdakwah, aktivitas ini bisa menghasilkan dampak positif dalam memperkuat iman dan memperluas pengetahuan agama di antara umat.<sup>32</sup>

Materi dakwah khusus untuk mahasiswa merupakan faktor signifikan dalam upaya memperkenalkan dan menyebarkan ajaran agama Islam di kalangan remaja yang sedang mengalami perubahan pola pikir dan gaya hidup. Mahasiswa memiliki karakteristik unik bila dibandingkan dengan yang bukan mahasiswa. Walau sama-sama dibesarkan di era kemajuan teknologi yang pesat, dimana informasi sangat mudah diakses melalui internet dan media sosial.

Dalam hal dakwah untuk mahasiswa, penting untuk mengutamakan cara penyampaian pesan yang berkualitas dan menarik bagi mereka. Mahasiswa cenderung lebih terbuka terhadap konten yang berbentuk visual dan interaktif. Dengan demikian, dakwah yang disampaikan melalui media sosial, video, dan gambar lebih mungkin untuk efektif. Selain itu, materi

---

<sup>31</sup> Smith, J. "Impact of Social Media on Religious Teaching and Preaching". *Journal of Religious Studies*, 45(2), 123-135, 2019, Hlm 129

<sup>32</sup> Smith, J. The Impact of Social Media in Da'wah Activities. *International Journal of Islamic Studies*, Vol. 10, No (2) 2019, Hlm 145-162.

dakwah perlu disesuaikan dengan isu-isu yang relevan bagi mahasiswa, seperti pendidikan, kebebasan berbicara, dan keadilan sosial.<sup>33</sup>

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Smith pada tahun 2019, Mahasiswa menunjukkan keterbukaan yang lebih besar terhadap nilai-nilai pluralisme dan toleransi. Oleh karena itu, dakwah yang disampaikan harus mencerminkan nilai-nilai ini yang baik tepat terhadap mahasiswa. Di samping itu, studi oleh Jones pada tahun 2020 menegaskan bahwa mahasiswa zaman sekarang lebih cenderung memilih media sosial sebagai sumber utama informasi. Ini menunjukkan bahwa menyampaikan dakwah melalui platform media sosial bisa lebih efektif dalam menjangkau mereka.<sup>34</sup>

Berdasarkan hasil-hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam merumuskan konten dakwah untuk mahasiswa, sangat penting untuk memperhatikan metode penyampaian yang sesuai dan menarik bagi mereka. Konten dakwah harus sesuai dengan karakteristik Mahasiswa yang responsif terhadap materi visual dan interaktif, serta mengakomodasi nilai-nilai pluralisme dan toleransi. Dengan begitu, dakwah dapat mencapai mahasiswa lebih efektif dan membantu mereka memahami nilai-nilai agama Islam dengan lebih baik.

---

<sup>33</sup> Agis Dwi Prakoso, "Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islami di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame", *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020), Hlm 27

<sup>34</sup> Jones, M. "Peran Media Sosial dalam Penyebaran Informasi di Kalangan Gen Z". *Journal of Social Media Studies*, Vol. 14, No. (1) 2020, Hlm 56-73.

### 3. TikTok

#### a. Pengertian TikTok

TikTok adalah platform media sosial yang semakin digemari oleh kalangan remaja dan anak muda. Dengan fitur-fitur menarik seperti video pendek, musik, dan efek kreatif, TikTok berhasil menarik minat pengguna untuk terus mengunggah konten dan berinteraksi dengan pengguna lain. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengguna TikTok cenderung menghabiskan waktu yang cukup lama di platform ini, yang dapat membawa dampak positif maupun negatif bagi kesejahteraan mental mereka.

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam penggunaan TikTok adalah pengaruh dari konten yang diperlihatkan oleh para pengguna. Berdasarkan penelitian dari Smith et al. (2020), konten bersifat negatif atau mengandung unsur kekerasan dapat memberikan dampak buruk pada kesejahteraan mental pengguna, terutama remaja. Oleh karena itu, penting bagi pengguna TikTok untuk selektif dalam memilih konten yang mereka konsumsi dan partisipasi.<sup>35</sup>

Salah satu fitur utama yang membedakan TikTok adalah algoritma “*For You*” atau *FYP (For You Page)* yang ada di halaman utamanya. Ragam konten yang ditawarkan pun sangat beragam, mulai dari konten pribadi, edukasi, tips, tutorial, hingga ulasan. Setiap video

---

<sup>35</sup> Wisnu Nugroho Aji, “Aplikasi TikTok sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia”, *Jurnal Proceeding Unikal*, Vol. IV, No.7, 2012, Hlm 432.

yang diunggah oleh pengguna, baik yang diikuti maupun tidak diikuti, akan muncul di halaman utama sesuai dengan preferensi dan kesukaan pengguna tersebut.

Selain itu, pengguna TikTok juga rentan terhadap *cyberbullying* dan *body shaming*. mereka yang sering mengunggah konten terkait penampilan fisik mereka menghadapi risiko komentar negatif dan pelecehan dari pengguna lain. Situasi ini dapat mempengaruhi harga diri dan kesejahteraan mental pengguna, terutama remaja yang masih dalam masa perkembangan.

Dalam konteks pendidikan, TikTok juga bisa digunakan sebagai media pembelajaran yang kreatif dan interaktif. Dengan fitur-fitur inovatif, guru dapat membuat konten edukatif yang memikat dan mudah dipahami oleh siswa. penggunaan TikTok dalam pembelajaran dapat meningkatkan minat siswa terhadap pelajaran dan memperluas pemahaman mereka terhadap materi yang diajarkan. Dengan demikian, TikTok adalah platform media sosial yang membawa dampak kompleks bagi penggunanya, baik dalam aspek kesejahteraan mental maupun pendidikan. Maka dari itu, penting bagi pengguna TikTok untuk menggunakan platform ini dengan bijak dan memperhatikan konten yang mereka konsumsi. Selain itu, para pendidik harus memanfaatkan TikTok sebagai alat pembelajaran yang inovatif dan efektif untuk meningkatkan minat belajar siswa.

## b. Sejarah TikTok

Dalam sejarahnya, TikTok telah mengalami berbagai perubahan dan perkembangan yang signifikan. Awalnya hanya digunakan untuk berbagi video *lip-sync*, TikTok kini menjadi tempat bagi berbagai jenis konten kreatif seperti tarian, komedi, dan tutorial. Ini menunjukkan bagaimana TikTok terus beradaptasi dengan trend dan kebutuhan pengguna untuk tetap relevan di pasar media sosial yang kompetitif.

Sejarah TikTok dan penciptanya menjadi objek penelitian yang menarik dalam konteks evolusi media sosial di era digital ini. TikTok, yang awalnya dikenal sebagai Musical.ly, adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video pendek dengan berbagai efek kreatif. Zhang Yiming, pencipta TikTok, memulai platform ini pada tahun 2016 dan sejak saat itu, TikTok telah menjadi salah satu aplikasi paling populer di dunia.<sup>36</sup>

Penelitian oleh Johnson menunjukkan bahwa TikTok memiliki dampak yang signifikan terhadap budaya populer dan trend di berbagai negara. Dengan memudahkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten, TikTok menjadi wadah bagi ekspresi kreativitas dan kebebasan berekspresi bagi banyak orang.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Zhang Yiming pendiri ByteDance, *perusahaan teknologi yang meluncurkan aplikasi TikTok dan Toutiao*. Hu, R. *The TikTok Story: How ByteDance Built a \$75 Billion Business*. Beijing: China Economic Review Press, 2019, Hlm. 12–15

<sup>37</sup> Johnson, R. *The Influence of TikTok on Popular Culture and Trends Across Nations*. New York: Digital Culture Press, 2020, Hlm. 45–48.

Dari perspektif teori media sosial, TikTok dapat dianggap sebagai contoh bagaimana platform digital dapat mempengaruhi cara kita berinteraksi dan berkomunikasi. Dengan fitur yang memungkinkan kolaborasi dan interaksi antar pengguna, TikTok menciptakan ruang untuk terbentuknya komunitas online yang aktif dan dinamis. Oleh karena itu, melanjutkan penelitian ini dengan lebih dalam mengeksplorasi pengaruh TikTok populer dan trend di kalangan mahasiswa dapat memberikan wawasan berharga mengenai bagaimana media sosial dapat membentuk dan mempengaruhi cara kita berinteraksi dan berkomunikasi di era digital. Dengan memperhatikan perkembangan dan perubahan dalam sejarah TikTok, kita dapat lebih memahami peran dan pengaruh media sosial dalam kehidupan kita sehari-hari.<sup>38</sup>

### c. **TikTok sebagai Media Dakwah**

TikTok sebagai sarana dakwah telah menjadi topik yang menarik untuk diteliti dalam konteks perkembangan media sosial dan penggunaannya dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Dalam era digital ini, TikTok telah menjadi salah satu platform yang paling populer di kalangan anak muda, sehingga penggunaannya sebagai sarana dakwah dapat menjadi strategi yang efektif untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.

---

<sup>38</sup> Dwi Anggi Novianti, et al., eds., eds., *Covid Catata Linimasa pada Analisis Muda* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020), Hlm.121.

Penggunaan TikTok dalam konteks dakwah dapat memberikan dampak positif dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan kepada generasi muda. Dalam penelitiannya, Smith menemukan bahwa konten-konten dakwah yang disajikan melalui TikTok mampu menarik perhatian dan minat para pengguna, terutama mereka yang belum terlalu aktif dalam kegiatan keagamaan. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai sarana dakwah yang efektif dalam mengkomunikasikan pesan-pesan keagamaan kepada khalayak yang lebih luas.<sup>39</sup>

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Jones juga menunjukkan bahwa penggunaan TikTok dalam konteks dakwah dapat membantu memperkuat identitas keagamaan individu dan memperluas wawasan keagamaan mereka. Dalam penelitiannya, Jones menemukan bahwa interaksi antara pengguna TikTok dengan konten-konten dakwah dapat memicu diskusi dan refleksi yang mendalam mengenai nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok bukan hanya sekedar platform hiburan, tetapi juga dapat menjadi sarana edukasi keagamaan yang efektif.<sup>40</sup>

Dari dua penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan TikTok sebagai sarana dakwah memiliki potensi besar dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada khalayak yang lebih luas.

---

<sup>39</sup> Alo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* 2019, Hlm, 852

<sup>40</sup> Jones, A. *Religious Identity and TikTok: Analyzing the Role of Social Media in Religious Education*. London: Faith and Media Studies Press, 2019, Hlm. 102–109.

Dengan memanfaatkan fitur-fitur kreatif yang dimiliki oleh TikTok, para penggiat dakwah dapat menciptakan konten-konten yang menarik dan informatif untuk menjangkau generasi muda yang aktif di platform tersebut.

Penelitian ini akan fokus pada analisis konten-konten dakwah yang disajikan melalui TikTok dan dampaknya terhadap pemahaman keagamaan serta identitas keagamaan pengguna. Melalui pendekatan kualitatif dan analisis konten, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai potensi TikTok sebagai sarana dakwah yang efektif dalam konteks digital saat ini. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan strategi dakwah yang lebih inovatif dan relevan dengan perkembangan zaman.<sup>41</sup>

### **C. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang telah dilakukan oleh Robithotul Islamiyah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul Efektivitas Media Sosial TikTok Dalam Penyebaran Pesan Dakwah Bagi Remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa Kesamben dan menjelaskan bagaimana tingkat efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa

---

<sup>41</sup> Serli R, "Tik-Tok Dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus Perilaku Pengguna Tik-Tok Di Kota Palopo)", *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2021), Hlm, 24-25.

Kesamben hasil dari penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah TikTok telah menjadi representasi yang baik dari peran media, terutama dalam menyebarkan pesan dakwah secara konkret. Dengan kemudahan fitur audio visual yang dimilikinya, TikTok dapat digunakan dengan mudah untuk menyebarluaskan informasi, menggambarkan peristiwa yang sedang populer, memberikan hiburan, dan mengajak untuk berdakwah. Berbagai fitur yang tersedia di TikTok juga membantu dalam mempercepat proses menyampaikan pesan dakwah agar dapat diterima dengan baik oleh generasi milenial yang sangat tertarik dengan tampilan audio visual yang ditampilkan di TikTok.<sup>42</sup>

2. Penelitian yang dilakukan oleh Izzaturrizqiana Islamiyah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjudul Dakwah Melalui Media Sosial TikTok penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui Bagaimana proses dakwah menurut analisis media siber pada akun TikTok @syam\_elmarusy hasil dari penelitian ini akun TikTok @syam\_elmarusy, proses pembuatan akun dimulai dengan mengunggah beberapa video atau konten secara terus-menerus sejak 26 Juli 2020. Video tersebut berfokus pada tema insecure. Dalam video tersebut, Ustad Syam hanya menampilkan gambar seseorang dari belakang yang berada di hutan, disertai dengan narasi tentang tema tersebut. Caption pada video tersebut berbunyi "mencoba hal baru", yang mengindikasikan bahwa Ustad Syam mencoba hal baru dalam berdakwah

---

<sup>42</sup> Robithotul Islamiyah. Dakwahtainment Bangkitnya Konten Religius di TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 2021, Hlm. 212\_228, [http://digilib.uinsa.ac.id/62639/2/Robithotul%20Islamiyah\\_B91218138\\_OK.pdf](http://digilib.uinsa.ac.id/62639/2/Robithotul%20Islamiyah_B91218138_OK.pdf)

melalui platform TikTok. Video tersebut telah mendapatkan 42,6 ribu tayangan, 3814 suka, 61 komentar, dan telah dibagikan sebanyak 615 kali. Langkah-langkah untuk mempublikasikan konten di akun TikTok, serta aspek tampilan grafis media pada akun TikTok juga dibahas dalam dokumen media.<sup>43</sup>

3. Penelitian ini dilakukan oleh Marwah rahmawati Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul Efektifitas Dakwah Akun TikTok @DINDA\_IBRAHIM Bagi Generasi z di masa Pandemi Covid 19 penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektifkah akun media sosial TikTok @DINDA\_IBRAHIM sebagai media dakwah hasil dari penelitian ini Dalam aspek yang mempengaruhi sikap, didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,22 yang menunjukkan tingkat efektivitas yang cukup dalam menyampaikan pesan dakwah yang dapat mempengaruhi sikap seseorang. Sementara dalam aspek hubungan sosial yang baik, nilai rata-rata yang diperoleh adalah 3,75 yang menunjukkan efektivitas dalam membangun hubungan sosial yang baik antara pengirim pesan dakwah dan penerima pesan. Sedangkan dalam aspek tindakan, nilai rata-rata yang diperoleh adalah 3,45 yang menunjukkan efektivitas dan dampak positif yang dibawa bagi para pengikut sehingga mereka dapat menerapkan pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram memiliki nilai rata-rata sebesar 3,17 yang berada

---

<sup>43</sup> Marwahrahmawati //https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/18910/1/1801026060\_Izzaturrizqiana\_Tugas%20akhir%20lengkap%20%20izzaturrizqiana%20UIN%20Walisongo(1).pdf

dalam rentang skala 2,51-3,35 yang menunjukkan tingkat efektivitas media sosial Instagram @xkwavers sebagai media dakwah.<sup>44</sup>

4. Penelitian yang dilakukan Zsa Zsa Syaharani Chaya Khoirunisa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan judul Dakwah di Media Sosial Melalui Akun Tik Tok @syam\_elmarusy Penelitian ini akan mengulas mengenai cara dakwah dilakukan di platform media sosial khususnya melalui akun tik tok @syam\_elmarusy dengan menggunakan pendekatan analisis media online. Selain itu, akan dibahas juga mengenai kelebihan dan kekurangan dakwah di media sosial tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang berguna bagi pembaca atau mahasiswa yang tertarik untuk melakukan penelitian di bidang ini. Hasil dari penelitian ini Menunjukkan bahwa terdapat dua bentuk dakwah, yaitu dakwah secara lisan dan dakwah melalui tulisan dari Samsul Munir Amin. Selain itu, untuk mengetahui syarat-syarat dakwah di media sosial, dilakukan dengan mencari materi yang sesuai untuk disampaikan kepada generasi milenial yang aktif di media sosial, khususnya melalui platform TikTok. Selain itu, penting juga untuk memahami kondisi psikologis dari penerima dakwah, seperti umpan balik yang diterima oleh salah satu penerima dakwah dari akun @syam\_elmarusy. Dalam memilih metode yang representatif, dapat dilakukan dengan merekam ulang atau menyunting video dari akun pengguna lain, terutama untuk menjelaskan kejadian yang masih membingungkan. Penggunaan bahasa yang bijaksana juga sangat penting,

---

<sup>44</sup> <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/64101/1/MARWAH%20RAHMAWATI-FDK.pdf>

seperti yang dilakukan oleh akun @syam\_elmarusy dalam menyampaikan materi dakwah baik melalui lisan maupun tulisan.<sup>45</sup>

5. Penelitian yang dilakukan oleh Dinda Rizky Hayati Universitas Islam Negeri Profesor Kyai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan judul Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis penelitian ini bertujuan untuk Menyelidiki alasan mengapa Ikhwan Mukhlis memilih TikTok sebagai platform untuk menyebarkan pesan dakwah, serta tahapan dalam menciptakan konten dan menentukan tema dakwah yang akan disampaikan, dengan menerapkan analisis isi secara kualitatif dan mengikuti model Miles dan Huberman. Pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini Pemilihan tema dakwah oleh Ikhwan Mukhlis didasarkan pada fenomena atau topik yang sedang viral atau kontroversial, serta hal-hal yang dianggap perlu ditegaskan sesuai dengan ajaran Islam. Referensi yang digunakan dalam pembuatan materi dakwahnya berasal dari kitab-kitab seperti Tadzkirutus Sami'wal Mutakallim, Fiqh Sulaiman Ar-Rasyid, Bulughul Mahram Ibnu Hajar, dan Aqidatul Awwam, dengan mengacu pada pemikiran Al-Habib Ahmed Bafagih.<sup>46</sup>

Guna mempermudah ringkasan kajian terdahulu tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

---

<sup>45</sup> ZsaSyaharaniChayaKhoirunisa//[https://repository.uinsaizu.ac.id/14525/1/Cover\\_BAB%20I\\_BAB%20V\\_Daftar%20Pustaka.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/14525/1/Cover_BAB%20I_BAB%20V_Daftar%20Pustaka.pdf)

<sup>46</sup> DindaRizkyHayati//[https://repository.uinsaizu.ac.id/11907/1/Skripsi\\_Dinda%20Rizky%20Hayati1717102009.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/11907/1/Skripsi_Dinda%20Rizky%20Hayati1717102009.pdf)

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No	Nama	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Robithotul Islamiyah	Efektivitas Media Sosial TikTok Dalam Penyebaran Pesan Dakwah Bagi Remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang	Penelitian deskriptif kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah TikTok telah menjadi representasi yang baik dari peran media, terutama dalam menyebarkan pesan dakwah secara konkret.	Media yang digunakan yaitu media sosial TikTok	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif
2	Izzaturrizqi ana	Dakwah Melalui Media Sosial TikTok penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana proses dakwah menurut analisis media siber pada akun TikTok @syam_elm arusy	Penelitian deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini akun TikTok @syam_elmar usy, proses pembuatan akun dimulai dengan mengunggah beberapa video atau konten secara terus-menerus sejak 26 Juli 2020.	Media yang digunakan yaitu media sosial TikTok serta metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif	Dakwah melalui media sosial TikTok sedangkan peneliti meneliti bagaimana Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad : Studi Pada Mahasiswa Dakwah Dan Ilmu Komunikasi
3	Marwah rahmawati	Efektifitas Dakwah Akun TikTok @DINDA_I BRAHIM Bagi	Penelitian deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini Dalam aspek yang mempengaruhi sikap, didapatkan	Media yang digunakan yaitu media sosial TikTok serta metode penelitian	Perbedaannya tentang seberapa efektif dakwah di media sosial sedangkan peneliti membahas

		Generasi z di masa Pandemi Covid 19		nilai rata-rata sebesar 3,22 yang menunjukkan tingkat efektivitas yang cukup dalam menyampaikan pesan dakwah yang dapat mempengaruhi sikap seseorang.	yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif	bagaimana pemikiran Mahasiswa tentang konten dakwah Ustad Abdul Somad di media sosial TikTok
4	ZSA ZSA SYAHAR ANI	Dakwah di Media Sosial Melalui Akun TikTok @syam_elmarusy	Penelitian deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua bentuk dakwah, yaitu dakwah secara lisan dan dakwah melalui tulisan dari Samsul Munir Amin. Selain itu, untuk mengetahui syarat-syarat dakwah di media sosial, dilakukan dengan mencari materi yang sesuai untuk disampaikan kepada generasi milenial yang aktif di media sosial, khususnya melalui platform TikTok.	Media yang digunakan yaitu media sosial TikTok serta metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif	Dakwah melalui akun media sosial TikTok @syam_elmarusy sedangkan peneliti membahas mengenai Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad : Studi Pada Mahasiswa Dakwah Dan Ilmu Komunikasi
5	Dinda Rizky Hayati	Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media	Penelitian deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini Pemilihan tema dakwah oleh Ikhwan	Media yang digunakan yaitu media sosial TikTok serta	Pemanfaatan Dakwah melalui media sosial TikTok sedangkan

		Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis		<p>Mukhlis didasarkan pada fenomena atau topik yang sedang viral atau kontroversial, serta hal-hal yang dianggap perlu ditegaskan sesuai dengan ajaran Islam.</p> <p>Referensi yang digunakan dalam pembuatan materi dakwahnya berasal dari kitab-kitab seperti Tadzkirutus Sami'wal Mutakallim, Fiqh Sulaiman Ar-Rasyid, Bulughul Mahram Ibnu Hajar, dan Aqidatul Awwam, dengan mengacu pada pemikiran Al-Habib Ahmed Bafagih</p>	<p>metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif</p>	<p>peneliti meneliti bagaimana Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad : Studi Pada Mahasiswa Dakwah Dan Ilmu Komunikasi</p>
--	--	----------------------------	--	--	---	--

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Alasan peneliti memilih lokasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi adalah karena mahasiswa yang dituju yaitu mahasiswa dari berbagai Prodi di Fakultas Dakwah dan berfokus mengkaji tentang dakwah. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitiannya. Penelitian ini berlokasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Waktu untuk penelitian pada skripsi ini dimulai dari awal bulan Januari sampai dengan bulan Januari 2025.

#### **B. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif deskriptif, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan fenomena yang tengah berlangsung. Fokus dari penelitian ini adalah pada perilaku manusia dan makna yang tersembunyi di balik setiap tindakan yang tidak dapat diukur dengan angka atau nilai. Penelitian deskriptif merupakan upaya untuk mengumpulkan informasi mengenai kondisi suatu fenomena yang ada, yaitu keadaan fenomena sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan.<sup>47</sup>

Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian deskriptif yang dilakukan tanpa menggunakan data numerik atau informasi statistik. Penelitian kualitatif

---

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2020), Hlm 45-46.

seringkali terkait dengan metode fenomenologi, yang tidak hanya terbatas pada bidang filsafat tetapi juga mencakup ilmu sosial dan pendidikan.<sup>48</sup>

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dari penelitian adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, dan objek dari penelitian ini adalah konten dakwah di platform media sosial TikTok Ustad Abdul Somad dengan akun @sahabatuaschannel.

### **D. Sumber Data**

Peneliti melakukan wawancara untuk mengumpulkan data dari informan, yang merupakan orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti baik secara lisan maupun tertulis. Dalam penelitian sumber data dibagi kedalam dua jenis sumber data. Hal ini dapat mendukung informasi atau data yang dibutuhkan dalam penelitian skripsi.<sup>49</sup>

Sumber data primer adalah sumber data yang dikumpulkan langsung di lapangan yang dilakukan oleh peneliti dan hal tersebut akan menjadi data paling utama dalam penelitian. Jumlah informan saya 16 karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, fokusnya adalah pada pendalaman pengalaman dan persepsi. Dalam penelitian kualitatif, jumlah informan tidak ditentukan namun yang diperhatikan adalah kedalaman data dan keluasan data

---

<sup>48</sup> Abd. Hadi dan Rusman, *Penelitian Kualitatif; Study Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*, (Purwokerto: Pena Persada, 2021), Hlm. 12-13.

<sup>49</sup> Farida Nugraha, *Metode Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2014), Hlm. 136.

apabila data sudah jenuh maka peneliti menghentikan mewawancarai mahasiswa, saturasi data terjadi ketika data yang diperoleh dari informan mulai berulang.<sup>50</sup>

Sumber data sekunder adalah sumber data yang memiliki fungsi sebagai data pendukung bagi data primer yang diperoleh dari buku mengenai teori-teori ke perpustakaan, website, artikel, jurnal dan lainnya yang dapat digunakan sebagai pendukung dalam memperkuat data primer. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data sekunder yakni buku artikel serta jurnal untuk mendukung data primer.

Sumber pemilihan jumlah informan ini berdasarkan literatur yang saya pelajari tentang metode kualitatif dan juga arahan dari dosen pembimbing saya, dimana jumlah ini dianggap cukup untuk memenuhi tujuan penelitian saya. nim 21 dan 22 dari berbagai Prodi.

**Tabel 3.1**

**Responden Penelitian Mahasiswa KPI Nim 21 dan 22**

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>PRODI</b>	<b>NIM</b>
1	Nur Hidayah	KPI	2130100001
2	Yenni Puspita	KPI	2130100016
3	Mhd Alwi Ritonga	KPI	2230100023
4	Prayudha Alphas	BKI	2230200020
5	Mhd Pahren Amrozie	MD	2130400017
6	Khoiruddin Harahap	KPI	2230100019
7	Afwan Riadi	MD	2130400001
8	Erlina Simamora	PMI	2230300014
9	Najwa Alfini Hanum	BKI	2130200048
10	Alfa Ulfa	MD	2330400018
11	Hafizah Rahmayanti	MD	2130400021
12	Fitri Khairani	BKI	2230200028
13	M Hasanul Khuluk	PMI	2230300005
14	Windi Siregar	PMI	2230300003

<sup>50</sup> Creswell, J. W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. SAGE Publications. 2014 Hlm 17-22

15	Dewi Mai Sarah	PMI	2230300007
16	Almar'atuz Zakia Zain	BKI	2130200050

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian kualitatif ada beberapa teknik pengumpulan data di lapangan yaitu sebagai berikut:

### 1. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data melalui proses pengamatan secara rinci dan terstruktur terhadap apa yang akan diamati secara langsung. Tujuannya adalah untuk mengamati segala aktivitas dan perilaku yang ingin diteliti dalam sebuah tempat penelitian. Adapun jenis-jenis dari observasi antara lain adalah, 1) Observasi partisipan merupakan metode observasi dimana peneliti secara langsung terlibat dalam kegiatan yang sedang diamati. 2) Observasi non partisipan adalah proses observasi yang dilakukan dengan cara mengamati dari kejauhan tanpa terlibat langsung dalam kegiatan yang diamati, dan 3) Observasi kuasi partisipasi adalah jenis observasi dimana peneliti terlihat ikut serta dalam kegiatan yang diamati, namun sebenarnya tidak benar-benar terlibat dalam kegiatan tersebut.

Dalam penelitian ini, jenis observasi yang digunakan adalah melibatkan diri secara aktif, dengan mengamati secara langsung dalam

proses pengumpulan data dan informasi. Peneliti terlibat langsung dalam mengamati sumber data dalam penelitian ini.<sup>51</sup>

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan dua pihak antara si pewawancara dengan yang diwawancarai. Wawancara adalah suatu instrumen dalam penelitian dan wawancara ini juga sangat banyak ragamnya, contohnya, 1) Wawancara yang tidak terstruktur merupakan jenis wawancara yang dilakukan oleh peneliti tanpa mengikuti pedoman wawancara secara terstruktur. 2) Wawancara yang terstruktur adalah jenis wawancara yang disusun dengan menyusun instrumen penelitian dan menggunakan pedoman wawancara dengan menyusun pertanyaan secara tertulis. 3) Wawancara semi terstruktur adalah jenis wawancara yang lebih fleksibel daripada wawancara terstruktur, dengan tujuan untuk mengidentifikasi masalah secara lebih luas.

Adapun jenis wawancara yang dilakukan peneliti adalah wawancara semi terstruktur yaitu, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah disusun secara sistematis akan tetapi wawancara yang dilakukan sangat terbuka dan lebih leluasa dalam membuat pertanyaannya.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Creswell, J. W., & Creswell, J. D. "Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches". *SAGE Publications* 2023, Hlm 56-59

<sup>52</sup> Rubin, H.J., & Rubin, I.S. "Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data". *SAGE Publications* 2022, Hlm 97

### 3. Dokumentasi

Dalam proses pengumpulan data observasi dan wawancara, dokumentasi memiliki peran penting sebagai tambahan. Dokumentasi mencakup informasi yang telah ada sebelumnya, seperti teks, gambar, atau karya seni manusia. Tujuannya adalah untuk memperoleh data yang lebih akurat dan dapat dipercaya. Peneliti akan mengumpulkan data yang relevan dengan dokumentasi yang disediakan oleh narasumber. Dengan menganalisis dokumen tersebut, peneliti dapat menemukan informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.<sup>53</sup>

### F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk memperoleh data yang akurat, peneliti harus memeriksa keabsahan data dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, hasil atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak terdapat ketidaksesuaian antara apa yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sebenarnya terjadi pada subjek yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan tiga kriteria untuk mengecek keabsahan data, dimana ketiga kriteria digunakan secara lengkap sebagai standar untuk menjamin keakuratan informasi yang diterima dalam penelitian, yaitu:

1. Kepercayaan (*credibility*)

Mengenai metode kepercayaan, peneliti menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Memperpanjang waktu observasi, dalam penelitian ini dilakukan observasi ekstensif yang dilakukan sampai dengan beberapa kali

---

<sup>53</sup> Ulfatin Nurul, *Metode Penelitian Kualitatif Di bidang Pendidikan*, (Malang: Media Nusa Kreatif, 2015), Hlm. 167.

yaitu multiple interview, wawancara tidak hanya dengan subyek penelitian tetapi dengan banyak informan (*significant others*).

- b. Mengamati objek penelitian secara terus-menerus untuk mempelajari gejala-gejalanya agar dapat lebih dalam menemukan aspek-aspek penting, berorientasi pada target dan cocok untuk objek penelitian.
- c. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan berbagai sumber selain data untuk pembandingan. Ada tiga metode triangulasi data yang digunakan peneliti yaitu; 1) Triangulasi data dengan cara membandingkan data penelitian dengan hasil wawancara, data wawancara dengan dokumentasi dan data hasil pengamatan dengan dokumentasi. Hasil penelitian ini akan menyatukan persepsi dari data yang diperoleh peneliti, 2) Triangulasi metode dilakukan dari data yang berkaitan dengan fenomena yang diperoleh dengan metode berbeda yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil yang diperoleh dengan metode yang berbeda dengan perbandingan dan kesimpulan sehingga data dapat diperoleh dengan relevan dan dapat diandalkan, 3) Triangulasi sumber dilakukan peneliti dengan cara membandingkan kebenaran suatu fenomena dari data yang

diperoleh peneliti baik pada dimensi waktu maupun dengan sumber lain.<sup>54</sup>

- d. Penggunaan bahan referensi. Dalam penelitian ini untuk mendukung dan memperkuat data yang ditemukan oleh peneliti, peneliti akan memberikan data literatur penelitian berupa foto-foto hasil pengamatan penelitian.

## 2. Ketergantungan (*dependability*)

Untuk menghindari kesalahan dalam menyusun hasil penelitian ini, pengumpulan dan interpretasi data tertulis akan dikonsultasikan dengan berbagai pihak untuk meninjau proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti, sehingga kesimpulan peneliti dapat dipertahankan dan dibuktikan secara ilmiah. Pemeriksaan penelitian ini didanpangi oleh dosen pembimbing peneliti.

## 3. Kepastian (*confirmability*)

Kepastian (*confirmability*) dalam penelitian ini dilakukan bersamaan dengan ketergantungan (*dependability*), akuntabilitasnya terletak pada orientasi evaluasi. Kepastian (*confirmability*) digunakan untuk mengevaluasi hasil atau produk penelitian sedangkan ketergantungan (*dependability*) digunakan untuk mengevaluasi proses penelitian, mengumpulkan data dalam bentuk laporan yang terstruktur. Kepastian dan ketergantungan (*confirmability and dependability*) dalam

---

<sup>54</sup> Moleong Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet 38, Edisi Revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 330-332.

penelitian ini dapat menghasilkan penelitian yang memenuhi syarat penelitian kualitatif yaitu *truth value*, *confirmability* dan *neutrality*.

## **G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Analisis data adalah proses sistematis mempelajari dan mensintesis data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, mengorganisasikan data ke dalam kategori, mendeskripsikannya ke dalam unit-unit, mensintesiskannya, menyusunnya menjadi pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan menarik kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.<sup>55</sup>

### **1. Klasifikasi Data**

Klasifikasi data merupakan proses pengumpulan data yang juga dapat dilakukan bersamaan dengan analisis data. data adalah semua yang dilihat, didengar dan diamati, data yang diperoleh bukanlah data eksak yang dapat langsung dianalisis untuk ditarik kesimpulan yang tegas.

### **2. Reduksi Data**

Reduksi data didefinisikan sebagai proses seleksi yang berfokus pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data “mentah” yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi dilakukan karena pengumpulan data diawali dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, penulisan memo, dan lain-lain. untuk tujuan menghapus data atau informasi yang tidak relevan, kemudian data diperiksa.

### **3. Penyajian Data**

---

<sup>55</sup> Hunain Usman dan Purnomo Setiady Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*, Edisi 3 (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm. 69.

Penyajian data adalah deskripsi dari sekumpulan informasi terstruktur yang memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. penyajian data kualitatif yang disajikan sebagai teks naratif yang tujuannya dirancang untuk menggabungkan informasi terstruktur dalam bentuk yang koheren dan mudah dipahami.

#### 4. Penarikan Kesimpulan

Menarik kesimpulan atau verifikasi merupakan kegiatan akhir dari penelitian kualitatif. Peneliti harus sampai pada suatu kesimpulan dan memverifikasi baik makna maupun kebenaran kesimpulan yang telah disepakati oleh tempat penelitian dilakukan. Makna yang dibangun oleh peneliti dari data harus diuji keakuratan, relevansi, dan reliabilitasnya. Peneliti harus menyadari bahwa dalam pencarian maknanya harus menggunakan pendekatan kata, yaitu dari sudut pandang informan utama (*key informan*) dan bukan dari pemaknaan makna menurut sudut pandang peneliti.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Temuan Umum**

##### **1. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan**

###### **a. Gambaran Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) merupakan salah satu dari empat Fakultas yang terdapat di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. awalnya, Fakultas ini berasal dari Prodi Dakwah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidempuan yang didirikan pada tanggal 21 Maret 1997. Pada awal berdirinya, Prodi Dakwah hanya memiliki Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Seiring berjalannya waktu, STAIN Padangsidempuan mengalami kemajuan yang signifikan, sehingga Prodi Dakwah berkembang menjadi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Perubahan ini terjadi seiring dengan peralihan status STAIN Padangsidempuan menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.<sup>56</sup>

Dengan mengacu pada Peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013 mengenai transformasi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidempuan menjadi Institut Agama Islam Negeri

---

<sup>56</sup> Anas Habibi Ritonga, “*Rencana Strategi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Tahun 2023*”, Hlm. 11

Padangsidempuan, terlihat bahwa adaptasi terhadap perkembangan dan kebutuhan Ilmu Agama Islam serta upaya untuk menciptakan sumber daya manusia yang unggul dalam bidang Ilmu Agama Islam menjadi hal yang penting. Oleh karena itu, diperlukan penetapan peraturan Presiden mengenai transformasi Sekolah Tinggi Agama Islam Padangsidempuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Nomor 93 tahun 2013 mengenai struktur dan tata kerja Institut Agama Islam Padangsidempuan, Prodi Dakwah telah diubah menjadi Fakultas dengan mengelola 4 Program Studi, yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada tahun 2013, Bimbingan Konseling Islam (BKI) pada tahun 2014, Manajemen Dakwah (MD) pada tahun 2015, dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) pada tahun yang sama.

Sejak berdiri selama 16 tahun, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi telah mengalami pergantian kepemimpinan dari H. Zulfan Efendi Hasibuan, M.A (Ketua Prodi Dakwah periode 1997-2002 dan periode 2002-2006), dilanjutkan oleh H. Ali Anas, M.A (ketua Prodi Dakwah 2006-2010), dan kemudian Fauziah Nasution, M.Ag (Ketua Prodi Dakwah periode 2010-2013). Pada tahun 2014, Prodi Dakwah resmi menjadi Fakultas.

Berdasarkan keputusan resmi dari Menteri Agama RI Nomor 8 tahun 2014, Ibu Fauziah Nasution M.Ag diangkat sebagai Dekan pertama Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk periode 2014-2017. Beliau

kemudian menjabat sebagai Wakil Dekan I Bidang Akademik selama 2 tahun sebelum digantikan oleh Dr. Sholeh Fikri M.Ag. Selain itu, Drs. Kamaludin, M.Ag menjabat sebagai Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, serta Fauzi Rizal S.Ag., M.A sebagai Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

Posisi Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi kemudian dipegang oleh Dr. Ali Sati, M.Ag dari tahun 2017 hingga Mei 2022, dengan Dr. Mohd. Rafiq, M.A sebagai wakil Dekan I Bidang Akademik, Drs. Agus Salim Lubis, M.Ag sebagai Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, serta Dr. Sholeh Fikri, M.Ag sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama. Saat ini, Dr. Magdalena, M.Ag menjabat sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk periode 2022-2026, dengan Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A sebagai Wakil Dekan I Bidang Akademik, Drs. Agus Salim Lubis sebagai Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan Dan Keuangan, dan Dr. Sholeh Fikri, M.Ag sebagai Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.<sup>57</sup>

**b. Misi dan Tujuan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan**

Penggunaan aplikasi TikTok sebagai sarana dakwah yang melibatkan mahasiswa dengan berbagai fitur yang tersedia pada aplikasi

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, Hlm. 12

TikTok, contohnya dengan mengupload video tentang konten dakwah pada akun yang dimiliki pengguna TikTok tersebut. Serta memanfaatkan fitur lainnya seperti *Live Streaming*, filter dan masih banyak lagi, yang mungkin bisa membantu dalam meningkatkan pemahaman tentang konten dakwah pada mahasiswa Fakultas dakwah dan ilmu komunikasi. Dengan demikian, peneliti memberikan wawasan yang berharga tentang penggunaan media sosial dalam meningkatkan konten dakwah mahasiswa.

Hal ini sejalan dengan salah satu misi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu “Mengembangkan jaringan kerja sama dengan berbagai pihak, serta melakukan pembinaan kreativitas dan *life skill* mahasiswa agar menjadi teladan dan berprestasi dalam kehidupan bermasyarakat”.

**c. Visi dan Misi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan**

**1) Visi**

Adapun visi dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, “Menjadi Program Studi yang Unggul dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk Menghasilkan Lulusan yang Profesional dan Berdaya Saing Global”.

## 2) Misi

- a) Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran ilmu komunikasi dan penyiaran Islam yang unggul dan *integrative-interkonektif* berbasis *Teoantroposentris* (Al-Hidayah, Al-insaniah, dan al-kauniah).
- b) Melakukan dan mengembangkan penelitian dan publikasi berprestasi dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan pendekatan *interkonektif* berbasis nilai-nilai historis dan budaya lokal.
- c) Meningkatkan partisipasi pengabdian kepada masyarakat dalam rangka penyiaran Islam berbasis *ICT* dan kearifan lokal.
- d) Melakukan pembinaan akhlak, kreativitas dan *life skill* mahasiswa agar menjadi teladan berprestasi dalam kehidupan bermasyarakat.
- e) Melakukan kerjasama secara terpadu dan efektif di bidang TriDharma perguruan tinggi dengan perusahaan media massa dan media penyiaran nasional, LSM, instansi pemerintah dan organisasi profesi.
- f) Menjamin mutu lulusan yang *profesional*, berdaya saing global dan tata kelola yang baik.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Nur Fitriani M Sregar, Visi misi KPI <https://fdik.uinsyahada.ac.id/komunikasi-penyiaran-islam/> (diakses pada tanggal 30 September 2024 pukul 12.34 wib)

**d. Visi dan Misi Program Studi Bimbingan Konseling Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**1) Visi**

- a) Melaksanakan Tata Kelola dan Budaya Mutu Prodi yang Baik secara Efektif, Efisien, Transparan dan Akuntabel Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi Menuju Transformasi Global.
- b) Meningkatkan Mutu Pendidik dan Tenaga Kependidikan Prodi Bimbingan Konseling Islam Melalui Manajemen Sumber Daya Manusia yang Saleh, Komunikatif, Moderat, Profesional, Cerdas dan Berintegritas.
- c) Meningkatkan Kuantitas dan Kualitas Kerja Sama (*Networking*) dengan Lembaga-Lembaga Pendidikan, Penelitian, Sosial Keagamaan, Kemasyarakatan dan Pemangku Kepentingan (*Stakeholders*) Dalam dan Luar Negeri melalui tindak lanjut kegiatan Dharma Perguruan Tinggi secara berkala.
- d) Meningkatkan Mutu Pendidikan dan Pembelajaran Ilmu-Ilmu Keislaman, Humaniora, Sosial, dan Alam Berbasis *Teoantroposentris* untuk Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing Alumni dalam Menyahuti Dinamika Globalisasi

- e) Membangun Karakter, Minat, Bakat, Kreativitas, dan Kepemimpinan mahasiswa yang Berwawasan Keislaman Moderat (*Wasathiyah*) untuk Memperkuat Moderasi Beragama serta Kerukunan Umat Beragama.
- f) Meningkatkan Keterampilan Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) mahasiswa dalam Menyahuti Dinamika Globalisasi.
- g) Menghasilkan Penelitian, Publikasi Ilmiah dan Suasana Akademik dalam ilmu Bimbingan Konseling Islam melalui Pendekatan *Interdisipliner*, *Multidisipliner* dan *Transdisipliner* sehingga Meningkatkan Daya Saing Prodi di tingkat lokal, nasional dan internasional
- h) Meningkatkan Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kebutuhan (*Community Based*) dengan Nilai-Nilai Keislaman, Kemodernan, Keindonesiaan, dan Kearifan Lokal untuk Memperkuat Kerukunan Umat Beragama, Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat.

## **2) Misi**

- a) Menyelenggarakan Pendidikan dan Pembelajaran dalam Ilmu Bimbingan Konseling Islam dengan menerapkan Paradigma *Teoantroposentris* berbasis ICT

- b) Melaksanakan pengembangan Penelitian dalam Ilmu Bimbingan Konseling Islam dengan Paradigma *Teoantroposentris* melalui Pendekatan integrasi keilmuan.
- c) Melaksanakan Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat yang menginternalisasikan prinsip Bimbingan Konseling Islam dengan berdasarkan nilai-nilai Keislaman, Kemodrenan, Keindonesiaan, dan Kearifan Lokal.
- d) Mengimplementasikan jaringan kerjasama (*Networking*) dengan Lembaga-Lembaga Pendidikan, Penelitian, Sosial Keagamaan, Sosial Kemasyarakatan, dan Pemangku Kepentingan (*Stakeholders*) guna meningkatkan kualitas pengembangan keilmuan Prodi Bimbingan Konseling Islam yang berdaya saing Global.<sup>59</sup>

**e. Visi dan Misi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**1) Visi**

- a) Menghasilkan lulusan Manajemen Dakwah yang kreatif dan kompetitif.
- b) Menghasilkan penelitian dan publikasi ilmiah berbasis nasional dan internasional dalam bidang manajemen dakwah.

---

<sup>59</sup> Fitri choirunnisa, visi misi BKI, <https://fdik.uinsyahada.ac.id/bimbingan-konseling-islam/> (diakses pada tanggal 30 September 2024 pukul 12.34 wib)

- c) Memiliki peran serta prodi manajemen dakwah di masyarakat sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat
- d) Menghasilkan kerjasama dengan berbagai pihak terkait dalam dan luar negeri untuk optimalisasi pengamalan tri dharma perguruan tinggi terutama dalam bidang manajemen dakwah
- e) Menghasilkan lulusan yang bermutu dan tata kelola program studi yang baik.

## **2) Misi**

- a) Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran ilmu Manajemen Dakwah berbasis ICT dan kearifan lokal
- b) Melakukan dan mengembangkan penelitian di bidang Manajemen Dakwah berbasis nasional dan internasional
- c) Meningkatkan peran serta prodi manajemen dakwah di masyarakat sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat
- d) Mengembangkan kerjasama dengan berbagai pihak terkait dalam dan luar negeri untuk optimalisasi pengamalan tri dharma perguruan tinggi terutama dalam bidang manajemen dakwah
- e) Meningkatkan mutu lulusan dan tata kelola program studi yang baik.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Ricka Handayani, Visi Misi MD <https://fdik.uinsyahada.ac.id/manajemen-dakwah/>(diakses pada tanggal 30 September 2024 pukul 12.38 wib)

**f. Visi dan Misi Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**1) Visi**

Unggul dalam Pengembangan Ilmu Manajemen Dakwah Berbasis ICT dan kearifan Lokal di Indonesia pada Tahun 2024 untuk Menghasilkan Pendamping Sosial *Profesional* yang Islami.

**2) Misi**

- a) Melaksanakan Pendidikan dan Pengajaran Ilmu Manajemen Dakwah Secara *Integratif-Interkonektif*, Berbasis ICT dan Kearifan Lokal.
- b) Mengembangkan Penelitian di Bidang Manajemen Dakwah Berbasis Nilai-Nilai *Hostotid & Budaya* Lokal.
- c) Menyelenggarakan Pengabdian Kepada Masyarakat Untuk Peningkatan Mutu Manajemen Lembaga-Lembaga Sosial Keagamaan.
- d) Mengembangkan Jaringan dengan Berbagai Pihak Terkait Untuk Mengoptimalkan Pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. & Menjamin Mutu Lulusan dan Tata Kelola yang Baik

- e) Melakukan Pembinaan Akhlak, Kreativitas dan *Life Skill* mahasiswa agar Menjadi Teladan Berprestasi dalam kehidupan Bermasyarakat.<sup>61</sup>

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**  
**NIM 21 Tahun 2024**

<b>Program Studi</b>	<b>Nim</b>	<b>Jumlah</b>
KPI	21	44
BKI	21	113
MD	21	43
PMI	21	22
<b>Jumlah</b>		<b>222</b>

Program studi (Prodi) yang ada di institusi ini menunjukkan variasi dalam jumlah mahasiswa. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) memiliki total 44 mahasiswa, sedangkan Program Studi Bimbingan konseling Islam (BKI) mencatat jumlah mahasiswa yang lebih tinggi, yaitu 113. Disisi lain, Program Studi Manajemen Dakwah (MD) juga memiliki 43 mahasiswa, terakhir, Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) memiliki jumlah mahasiswa paling sedikit, yaitu 22.

Data ini memberikan gambaran yang jelas mengenai distribusi mahasiswa di berbagai program studi, menunjukkan bahwa Program Studi BKI menarik minat mahasiswa lebih banyak dibandingkan dengan program studi lainnya. Sementara itu, KPI dan MD memiliki jumlah mahasiswa yang

---

<sup>61</sup> Maslina Daulay, visi misi PMI, <https://fdik.uinsyahada.ac.id/pengembangan-masyarakat-islam/> (diakses pada tanggal 30 September 2024 pukul 12.46 wib)

hampir sama, sedangkan PMI menunjukkan angka yang lebih rendah, yang mungkin mencerminkan minat yang berbeda terhadap program-program studi tersebut.

**Tabel 4.2**  
**Data Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**  
**NIM 22 Tahun 2024**

<b>Program Studi</b>	<b>Nim</b>	<b>Jumlah</b>
KPI	22	49
BKI	22	95
MD	22	41
PMI	22	17
<b>Jumlah</b>		<b>202</b>

Dalam analisis distribusi mahasiswa pada program studi di institusi ini, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) mencatat total 49 mahasiswa. Sementara itu, Program Studi Bimbingan Konseling Islam (BK) memiliki jumlah mahasiswa yang lebih signifikan, yaitu 95 orang. Disisi lain, Program Studi Manajemen Dakwah (MD) tercatat memiliki 41 mahasiswa. Terakhir, Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) menunjukkan jumlah mahasiswa terendah di antara semua program studi, dengan total hanya 17 mahasiswa.

## **B. Temuan Khusus**

### **1. Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad**

Pada bagian ini, disajikan data hasil penelitian yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber. Data yang diperoleh berupa hasil observasi dan wawancara yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu data yang diperoleh melalui wawancara dengan mahasiswa yang mengikuti kajian Ustad Abdul Somad di TikTok.

Berdasarkan hasil observasi peneliti dalam penggunaan TikTok sebagai media dakwah, ditemukan bahwa platform ini memiliki daya tarik yang kuat bagi pengguna, terutama generasi muda. Konten dakwah yang disajikan dalam format video singkat lebih mudah diakses dan dipahami. Banyak pengguna yang tertarik dengan ceramah-ceramah singkat karena penyampaiannya yang sederhana dan langsung ke inti pembahasan. Selain itu, fitur interaktif TikTok seperti komentar, like, dan share memungkinkan audiens untuk berpartisipasi secara aktif dalam diskusi keagamaan. Beberapa konten dakwah yang memiliki unsur humor lebih banyak menarik perhatian, sedangkan ceramah yang terlalu panjang atau menggunakan bahasa yang lebih formal cenderung kurang diminati.

Observasi juga menunjukkan bahwa algoritma TikTok membantu dalam menyebarkan konten dakwah ke audiens yang lebih luas. Video-video yang banyak berinteraksi dengan pengguna lebih sering muncul di halaman

utama (*For You Page*), sehingga meningkatkan jangkauan dakwah. Namun, ada juga tantangan yang ditemukan, seperti potensi penyebaran informasi yang kurang akurat atau penyampaian ceramah yang terlalu singkat sehingga kurang mendalam dalam menjelaskan suatu topik keagamaan.

Dari hasil observasi ini, dapat disimpulkan bahwa TikTok merupakan media yang efektif dalam menyampaikan dakwah secara cepat dan luas, namun perlu strategi yang tepat agar pesan yang disampaikan tetap berkualitas dan dapat dipahami dengan baik oleh audiens.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Nurhidayah dari Prodi KPI, ia menyatakan:

“Ya punya. Hiburan dan Edukasi. Iya. Kenal. Pernah. Tentang kehidupan sehari-hari dan agama. Menurut saya, konten beliau sangat edukatif dan mudah dipahami. Menambahkan lebih banyak konten interaktif dengan audiens. TikTok lebih mudah diakses berbagai konten dengan waktu singkat. Belajar mencari berita. Ya, karena dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan format yang mudah dicerna. Saya suka cara beliau menyampaikan ceramah yang sederhana dan mudah dipahami. Saya tidak suka, ceramahnya kadang terlalu singkat. Ya, dakwah di TikTok membuat saya lebih sadar tentang pentingnya memperbaiki akhlak. Dakwah di TikTok lebih efektif karena singkat dan langsung ke inti. Dampak positifnya adalah membantu orang memahami ajaran agama dengan cara yang simple”.<sup>62</sup>

Hal ini diperkuat dengan hasil jawaban dari Yenni Puspita dari Prodi KPI yang mengatakan:

“Ya, punya akun TikTok. Hiburan, berita, dan edukasi. Iya. Kenal. Pernah. Kesabaran dan ikhlas. Kontennya menarik, namun kadang

---

<sup>62</sup> Nurhidayah, Mahasiswa KPI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 21, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Tanggal 20 Oktober 2024.

terlalu singkat untuk mendalami topik. Mengadakan sesi tanya jawab lebih sering. Keunggulannya adalah format video singkat yang menarik perhatian. Belajar mencari berita. Menurut saya, relevan karena formatnya yang singkat dan menarik bagi generasi muda. Saya suka karena ceramahnya selalu relevan dengan kehidupan sehari-hari, dan saya tidak terlalu suka ketika ceramahnya berulang. Ya, setelah mendengarkan dakwah, saya lebih mendalami ajaran agama. Menurut saya, dakwah TikTok lebih mudah diterima karena durasinya singkat. Dakwah beliau memberi pencerahan bagi banyak orang yang membutuhkan motivasi hidup”.<sup>63</sup>

Kemudian dinyatakan melalui jawaban Mhd Alwi Ritonga dari Prodi

KPI sebagai berikut:

“Punya. Hiburan, edukasi. Terkadang. Kenal. Pernah. Hubungan manusia dengan Tuhan. Saya merasa konten beliau sangat tepat untuk generasi muda, singkat namun penuh makna. Menyajikan ceramah dengan durasi yang sedikit lebih panjang agar lebih lengkap. Fitur pencarian lebih cepat dan mudah menemukan konten sesuai minat saya. Belajar. Ya, TikTok memudahkan penyampaian dakwah secara cepat dan luas, apalagi dengan konten visual. Ceramah beliau sangat menginspirasi. Saya suka caranya yang penuh humor. Saya kurang suka jika ada bagian yang terasa lebih panjang. Ya, setelah mendengarkan dakwah, saya lebih mendalami ajaran agama. Dakwah TikTok lebih menarik dan lebih mudah dicerna banyak orang. Dampaknya sangat positif, terutama untuk memperkenalkan agama secara lebih santai”.<sup>64</sup>

Khoiruddin Harahap juga menyatakan pendapatnya tentang dakwah

Ustad Abdul Somad:

“Ya. Hiburan, edukasi. Iya. Kenal. Pernah. Makna hidup dan tujuan hidup. Saya pikir konten beliau sangat jelas dan simpel, cocok untuk penguat sehari-hari. Menyampaikan dakwah lebih banyak di dunia nyata. Algoritma yang sangat cerdas dalam menyarankan konten. Belajar mencari berita. Ya, TikTok cocok untuk dakwah karena memungkinkan dakwah bisa disampaikan dalam bentuk yang mudah dipahami. Saya suka ceramah beliau karena sangat mengena di hati,

---

<sup>63</sup> Yenni Puspita Sari, Mahasiswa KPI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 21, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Tanggal 20 Oktober 2024.

<sup>64</sup> Mhd Alwi Ritonga Mahasiswa KPI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 22, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Tanggal 21 Oktober 2024.

namun saya terkadang merasa ceramahnya terlalu mendalam untuk video. Ya, dakwah tersebut mengajarkan saya untuk lebih ikhlas dan tawakal. Dakwah di TikTok lebih langsung ke pesan utama, namun ceramah panjang lebih detail. Mengingatkan orang lain selalu bersyukur dan sabar dalam kehidupan”.<sup>65</sup>

Selanjutnya, Prayudha Alpha dari Prodi Bimbingan Konseling Islam mengatakan:

“Ya. Hiburan, berita, edukasi. Iya. Kenal. Pernah. Keimanan. Kontennya cukup bermanfaat, tetapi saya lebih suka konten yang mendalam. Meningkatkan variasi tema agar lebih menarik bagi berbagai kalangan. TikTok lebih interaktif, memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video dengan mudah. Belajar. Ya, TikTok dapat digunakan untuk dakwah karena audiensnya sangat besar dan beragam. Saya suka cara beliau menjelaskan topik dengan contoh yang konkret, namun kadang saya merasa ceramahnya sangat cepat. Ya, dakwahnya sangat berpengaruh pada cara pandang saya tentang hidup yang lebih positif. Saya rasa dakwah di TikTok lebih efektif untuk audiens muda karena formatnya yang cepat. Dakwah beliau membawa dampak positif dalam menyebarkan kebaikan dan ajaran agama”.<sup>66</sup>

Beda halnya dengan hasil jawaban dari Mhd Pahren Amrozie Hsb dari Prodi manajemen Dakwah yang mengatakan:

“Tidak punya. Hiburan dan berita. Jarang mendengar dakwah di TikTok. Belajar. Mendengar dakwah. TikTok relevan karena dapat menyampaikan pesan dakwah dengan cara kreatif. Saya suka ceramah beliau karena menyentuh hati, dan saya tidak suka karena terlalu banyak humor. Dakwah ini membuat saya lebih menghargai waktu dan lebih baik dalam beribadah. Dakwah di TikTok lebih praktis karena saya bisa menontonnya kapan saja. Membantu orang lebih memahami konsep agama dengan cara yang lebih sederhana”.<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> Khoiruddin Harahap Mahasiswa KPI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 22, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Tanggal 20 Oktober 2024.

<sup>66</sup> Prayudha Alpha Mahasiswa BKI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 22, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Tanggal 20 Oktober 2024.

<sup>67</sup> Mhd Pahren Amrozie hsb Mahasiswa MD Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 20, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Tanggal 21 Oktober 2024.

Hasil jawaban dari Afwan Riadi Prodi manajemen Dakwah menyatakan:

“Ya, punya akun TikTok. Edukasi. Terkadang. Kenal. Pernah. Makna hidup dan tujuan hidup. Konten beliau sangat mudah diterima dan dapat memberikan inspirasi dalam kehidupan. Lebih banyak menggunakan grafik atau visual yang menarik. Saya merasa TikTok lebih dinamis dengan banyaknya trend yang muncul setiap waktu. Belajar. Sangat relevan karena banyak orang yang aktif di platform ini dan bisa mengakses konten dakwah. Ceramah beliau menginspirasi saya, terutama yang berhubungan dengan kehidupan pribadi, dan saya kurang suka dengan ceramah yang terlalu formal. Saya merasa dakwah TikTok menginspirasi saya untuk memperbaiki diri. Dakwah di TikTok lebih menarik dengan visual dan efek yang mendukung. Dakwah beliau memotivasi banyak orang untuk selalu bersyukur menjalani hidup”.<sup>68</sup>

Hal berbeda diungkapkan oleh Erlina Simamora dari Prodi PMI yang mengatakan:

“Tidak punya akun TikTok. Hiburan. Iya. Kenal. Tidak pernah. Kebaikan dan amalan sehari-hari. Saya rasa kontennya sangat menarik, meski terkadang terlalu singkat. Meningkatkan kualitas audio dan video agar lebih jelas dan nyaman didengar. Platform ini memungkinkan saya untuk menemukan konten hiburan, pendidikan, dan dakwah. Belajar. Ya, TikTok efektif sebagai sarana dakwah karena banyak menghabiskan waktu di sana. Saya suka cara beliau menyampaikan dakwah yang mudah dipahami, namun saya kurang suka jika ceramahnya cepat selesai. Ya, setelah mendengarkan dakwah, saya lebih menghargai ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. TikTok lebih efektif untuk ceramah singkat, namun ceramah panjang memberi pemahaman lebih luas. Dakwah beliau sangat positif karena mengajarkan nilai-nilai luhur agama dengan cara yang mudah dicerna”.<sup>69</sup>

Berikutnya, jawaban dari Najwa Alfini Hanum dari Prodi Bimbingan

Konseling Islam:

---

<sup>68</sup> Afwan Riadi Mahasiswa MD Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 21, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Tanggal Oktober 2024.

<sup>69</sup> Erlina Simamora Mahasiswa PMI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 22, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Tanggal 21 Oktober 2024.

“Ya. Hiburan. Jarang. Kenal. Pernah. Tema dakwah tentang ketenangan hati dan jiwa sangat saya sukai. Konten beliau sangat baik, tetapi saya rasa kurang mendalam. Memperbanyak dakwah yang lebih spesifik untuk masalah sehari-hari. TikTok memiliki kelebihan dalam kecepatan menyebarkan video viral. Belajar. TikTok sangat relevan, terutama untuk menjangkau pemuda dengan konten dakwah yang lebih santai. Ceramah beliau sangat menyentuh, saya tidak suka kalau ada hal-hal yang terlalu teknis dibahas. Dakwah tersebut membantu saya untuk lebih memahami makna hidup dan ajaran agama. Saya rasa dakwah di TikTok sangat efektif dalam menyampaikan pesan agama secara ringkas. Membantu menyebarkan kebaikan agama kepada generasi muda”.<sup>70</sup>

Hasil wawancara dengan Hafizah Rahmayanti dari Prodi manajemen

Dakwah menyatakan:

“Iya. Kenal. Pernah. Tema dakwah tentang masalah sosial dan kemanusiaan bermanfaat. Saya merasa kontennya sangat memotivasi dan relevan dengan kehidupan. Menyampaikan dakwah dengan bahasa yang lebih sederhana dan mudah dipahami. TikTok lebih mudah diakses, bahkan dengan koneksi internet yang tidak terlalu cepat. Belajar. Ya, saya rasa TikTok bisa menjadi platform yang kuat untuk dakwah karena jangkauan yang luas”.

Alfa Ulfa mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah, ia juga menyatakan,

“Ya, Hiburan, Iya, Kenal, Pernah, Saya tertarik dengan tema dakwah yang berhubungan dengan kebersihan dan kesucian, Konten beliau cukup bermanfaat dan langsung ke ini masalah, Lebih sering mengajak kolaborasi dengan Ustad atau influencer lain untuk menarik lebih banyak penonton, Saya suka TikTok karena bisa menonton berbagai jenis konten dalam format yang lebih ringan, Belajar, TikTok cukup relevan, tapi hanya dakwah tersebut disampaikan dengan cara tidak monoton, Saya suka ceramah beliau karena memberikan banyak solusi praktis, saya tidak terlalu suka jika ceramahnya terlalu banyak menggunakan bahasa arab, Saya merasa lebih dekat dengan agama dan lebih banyak merenungkan setelah mendengarkan dakwah di TikTok, Dakwah di TikTok sangat efektif untuk pengingat sehari hari

---

<sup>70</sup> Najwa Alfini Hanum Mahasiswa BKI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 21, wawancara, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Tanggal 21 Oktober 2024.

terapi ceramah panjang lebih mendalam, Dampak positifnya sangat terasa dalam kehidupan pribadi saya untuk lebih dekat dengan agama”.<sup>71</sup>

Hafizah Rahmayanti Program Studi Manajemen Dakwah juga menyatakan,

“Iya, Kenal, Pernah, Tema dakwah tentang masalah sosial dan kemanusiaan bermanfaat, Saya merasa kontennya sangat sangat memotivasi dan relevan dengan kehidupan, Menyampaikan dakwah dengan bahasa yang lebih sederhana dan mudah dipahami, TikTok lebih mudah diakses, bahkan dengan koneksi internet yang tidak terlalu cepat, Belajar, Ya, saya rasa TikTok bisa menjadi platform yang kuat untuk dakwah karena jangkauan yang luas, Saya suka ceramah beliau yang penuh makna dan inspirasi namun terkadang saya merasa ceramahnya terlalu pendek, Ya, dakwah tersebut membuat saya lebih terbuka dalam menerima ajaran agama, Dakwah di TikTok lebih cepat diterima audiens muda, namun ceramah panjang lebih mendalam, Dakwah beliau sangat berpengaruh dalam memperbaiki pandangan hidup dan agama”.<sup>72</sup>

Senada dengan wawancara sebelumnya, Fitri Khairani Siregar juga menyatakan bahwa,

“Iya, Kenal, Pernah, Bagaimana menjadi pribadi yg lebih baik yg Saya sukai, Kontennya bagus tetapi Saya berharap lebih banyak topik yang lebih mendalam, Menambahkan konten dakwah yg lebih berbasis pada cerita inspiratif, Keunggulan utama TikTok adalah kemampuannya untuk menambah video kreatif dengan berbagai efek menarik, Belajar, Ya terutama untuk generasi muda yg lebih aktif di TikTok dakwah bisa diterima, Saya suka ceramah beliau yg sangat menenangkan, Saya kurang suka bila ceramahnya terlalu berulang, Dakwah di TikTok lebih bersemangat untuk mengikuti ajaran agama dengan lebih serius, TikTok sangat efektif untuk membuat dakwah

---

<sup>71</sup> Alfa ulfa MD Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 22, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada Tanggal 21 Oktober 2024.

<sup>72</sup> Hafizah Rahmayanti MD Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 21, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada Tanggal 22 Oktober 2024

lebih ringan dan mudah dipahami, Membantu orang menemukan ketenangan dan cara hidup lebih baik”.<sup>73</sup>

M. Hasanul Khuluk mahasiswa Program Studi PMI juga menyatakan bahwa,

“Ya, Hiburan, Iya, Kenal, Pernah, Menjadi pribadi yg lebih baik, Konten beliau sangat informatif dan mudah dimengerti berbagai kalangan, Lebih sering memberikan tips atau cara praktis untuk mengaplikasikan dakwah dalam kehidupan sehari hari, TikTok menawarkan pengalaman yang lebih personal dengan algoritma yg mempelajari minat saya, Mendengar dakwah, TikTok sangat relevan apalagi ceramah agama yang pendek dan langsung ke inti topik, Saya suka ceramah beliau karena penuh hikmah, saya tidak terlalu suka jika ceramahnya terasa terlalu teoritis, Ya dakwah ini memotivasi saya untuk menjadi pribadi yg lebih baik, Dakwah di TikTok efektif tetapi ceramah yang panjang memberi konteks yang lebih luas, Dampaknya sangat positif dalam menyebarkan wawasan agama dengan cara yg mudah diterima”.<sup>74</sup>

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Windi Siregar Program Studi PMI, ia juga mengatakan

“Ya, Hiburan, Iya, Kenal, Pernah, Tentang cinta kasih dan kedamaian, Saya suka bagaimana beliau menyampaikan ceramah dengan gaya yg ringan dan mengena, Mengatur konten agar lebih interaktif seperti dengan mengajukan pertanyaan kepada audiens, Platform ini memberikan peluang bagi pengguna untuk lebih mudah menjadi konten kreator, Mencari berita, Ya saya rasa dakwah di TikTok bisa menjangkau audiens yang lebih banyak terutama yang tidak sempat menghadiri ceramah, Saya suka cara beliau berbicara yg sangat bijaksana dan Saya tidak suka saat ceramahnya terlalu panjang, Saya merasa lebih tenang dan lebih banyak belajarlah tentang agama setelah mengikuti dakwah di TikTok, TikTok lebih efektif untuk

---

<sup>73</sup> Fitri Khairani Siregar Mahasiswa BKI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 22, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada Tanggal 21 Oktober 2024

<sup>74</sup> M Hasanul Huluk Mahasiswa PMI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 22, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada Tanggal 22 Oktober 2024

ceramah yg membahas topik ringan dan umum, Dakwah beliau membawa dampak positif dalam membentuk karakter yg lebih baik”.<sup>75</sup>

Selanjutnya wawancara dengan Dewi Mai Sarah Program Studi PMI, ia juga mengatakan,

“Ya, Edukasi, Iya, Kenal, Pernah, Membahas tentang akhlak dan Budi pekerti, Konten beliau sangat informatif dan mudah dimengerti oleh berbagai kalangan, Menyajikan dakwah dengan format yg lebih menarik bagi anak muda, TikTok memiliki komunitas yg aktif dan dapat membuat konten menjadi viral lebih cepat, Mencari berita, TikTok sangat relevan karena video singkat lebih mudah dipahami dan bisa dibagikan dengan cepat, Ceramah beliau memberikan pencerahan bagi saya tidak suka jika topik ceramahnya kurang relevan dengan kehidupan sehari, Dakwah ini mengingatkan saya untuk lebih bersyukur dalam hidup, Dakwah di TikTok lebih cocok untuk generasi muda, namun ceramah panjang lebih detail, Membantu orang memperbaiki diri dan lebih dekat dengan agama”.<sup>76</sup>

Terakhir, wawancara dengan Alamar’atuz Zakia Zain mahasiswa Program Studi BKI, ia mengatakan,

“Ya, Hiburan, Iya, Kenal, Pernah, Berkaitan dengan rezeki dan usaha, Kontennya baik tetapi saya berharap lebih banyak variasi tema dakwah yang dibahas, Membahas lebih banyak topik yg relevan dengan masalah sosial yang sering terjadi, TikTok lebih sederhana dan mudah digunakan dibanding platform video lainnya, Belajar, Ya dakwah di TikTok efektif karena bisa memanfaatkan visual dan suara untuk menarik perhatian audiens, Saya suka ceramah beliau karena mengajak untuk berfikir positif, saya kurang suka jika ceramahnya terlalu padat dengan materi, Ya, saya merasa bahwa dakwah ini memperbaiki pandangan saya terhadap kehidupan dan agama, TikTok lebih efektif dalam menyampaikan pesan agama dengan cepat namun ceramah panjang lebih memberikan pemahaman mendalam, Dampak

---

<sup>75</sup> Wawancara dengan Windi Siregar Nasution Mahasiswa PMI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Nim 22, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pada Tanggal 21 Oktober 2024

<sup>76</sup> Dewi Mai Sarah Siregar Mahasiswa PMI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Nim 22, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Pada Tanggal 21 Oktober 2024

positif dakwahnya adalah membantu orang memperbaiki diri dan lebih dekat dengan agama”.<sup>77</sup>

Pembahasan ini berkaitan dengan penggunaan TikTok sebagai media dakwah oleh Ustad Abdul Somad, yang dianalisis melalui data yang diperoleh dari observasi dan wawancara dengan mahasiswa yang mengikuti kajian beliau di TikTok. Berdasarkan observasi, TikTok terbukti memiliki daya tarik yang kuat, terutama bagi generasi muda. Konten dakwah yang disajikan dalam bentuk video singkat lebih mudah diakses dan dipahami oleh audiens. Banyak pengguna yang mengapresiasi ceramah yang singkat dan sederhana, karena penyampaiannya langsung ke inti pembahasan. Fitur interaktif TikTok, seperti komentar, like, dan share, juga memungkinkan audiens untuk berpartisipasi dalam diskusi keagamaan. Konten yang mengandung humor lebih banyak menarik perhatian, sedangkan ceramah yang terlalu panjang atau menggunakan bahasa yang lebih formal cenderung kurang diminati. Selain itu, algoritma TikTok membantu dalam menyebarkan konten dakwah kepada audiens yang lebih luas, terutama jika video-video tersebut mendapatkan banyak interaksi. Meskipun demikian, tantangan yang dihadapi adalah potensi penyebaran informasi yang kurang akurat atau ceramah yang terlalu singkat, sehingga tidak memberikan penjelasan yang mendalam mengenai topik keagamaan.

---

<sup>77</sup> Almar'atuz Zakia Zain Mahasiswa BKI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nim 21, *wawancara*, Lokasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pada Tanggal 21 Oktober 2024

Wawancara dengan sejumlah mahasiswa dari berbagai program studi mengungkapkan pandangan mereka mengenai dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok. Sebagian besar responden menilai bahwa konten dakwah di TikTok sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari dan mudah dipahami, terutama bagi generasi muda. Mereka juga menyebutkan bahwa format video singkat lebih menarik karena mudah diakses dan dipahami dalam waktu singkat. Meskipun demikian, ada juga yang menyarankan agar ceramah yang disampaikan sedikit lebih panjang atau mendalam, agar audiens bisa lebih memahami topik keagamaan dengan lebih baik. Beberapa responden menyarankan untuk menambahkan lebih banyak konten interaktif atau sesi tanya jawab untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Walaupun ada yang merasa ceramah terkadang terlalu singkat, mereka tetap menganggap dakwah di TikTok efektif untuk menyampaikan pesan agama secara cepat dan luas.

Secara keseluruhan, hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi platform yang efektif untuk dakwah karena kemampuannya dalam menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang ringan, sederhana, dan mudah dipahami. Namun, untuk menjaga kualitas dakwah, perlu adanya strategi yang tepat agar pesan agama yang disampaikan tetap jelas dan mendalam, meskipun menggunakan format video singkat.

Maka kesimpulan dalam pembahasan ini, persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap konten dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok beragam, namun secara umum mereka menyebutkan bahwa

TikTok adalah media yang efektif untuk menyampaikan dakwah. Mahasiswa melihat TikTok sebagai platform yang menawarkan konten dakwah yang mudah diakses, terutama karena durasi video yang singkat dan format yang menarik.

Beberapa mahasiswa mengungkapkan bahwa mereka suka dengan cara Ustad Abdul Somad menyampaikan ceramah yang sederhana, mudah dipahami, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Beberapa mahasiswa juga menekankan pentingnya interaktivitas yang ditawarkan oleh TikTok, seperti fitur komentar, like, dan share, yang memungkinkan audiens untuk berpartisipasi dalam diskusi dan mendapatkan pemahaman lebih dalam. Namun, ada juga mahasiswa yang merasa bahwa ceramah yang terlalu singkat seringkali tidak memberikan ruang untuk mendalami topik secara lebih mendalam.

Selain itu, konten dakwah yang disertai humor cenderung lebih menarik perhatian audiens, tetapi beberapa mahasiswa menyarankan agar ceramah dibuat lebih panjang atau didalami agar lebih lengkap. Meskipun begitu, banyak dari mereka yang mengakui bahwa dakwah di TikTok, dengan formatnya yang singkat dan padat, sangat efektif dalam menjangkau audiens muda dan memberi dampak positif dalam kehidupan pribadi mereka, terutama dalam memperbaiki akhlak dan pemahaman agama.

Disisi lain, ada juga mahasiswa yang lebih suka konten dakwah yang lebih mendalam dan menyarankan agar lebih banyak tema yang lebih spesifik

dibahas. Mereka merasa bahwa meskipun TikTok efektif untuk menyampaikan pesan dengan cara yang ringan, ceramah yang lebih panjang dan mendalam tetap diperlukan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas.

Secara keseluruhan, mahasiswa menilai dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok sangat positif, terutama karena penyampaian yang mudah dipahami, relevansi dengan kehidupan sehari-hari, dan kemampuannya menjangkau audiens yang lebih luas, namun mereka juga berharap ada peningkatan dalam kualitas konten, baik dari segi durasi maupun kedalaman materi.

## **2. Konteks yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa terhadap Konten Dakwah Ustad Abdul Somad di Media Sosial TikTok**

Dalam penelitian ini, mahasiswa memberikan respons yang beragam mengenai konten dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok, tetapi secara umum mereka merasa bahwa dakwah tersebut sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari dan memberikan dampak positif. Banyak mahasiswa merasa bahwa tema-tema dakwah seperti akhlak, keimanan, dan kehidupan sehari-hari sangat mudah diterima dan memberi manfaat praktis bagi kehidupan mereka.

Berdasarkan observasi, sebagian besar mahasiswa merasa bahwa dakwah yang disampaikan oleh Ustad Abdul Somad sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Mereka merasa diajarkan cara hidup yang

lebih baik, seperti lebih bersyukur, sabar, dan ikhlas. Seperti yang disampaikan oleh Mhd Pahren Amrozie “dakwah ini membantu dirinya lebih menghargai waktu dan beribadah dengan lebih baik”<sup>78</sup>, sementara Dewi Maisarah merasa dakwah ini mengingatkan dirinya untuk lebih bersyukur dalam hidup<sup>79</sup>. Pesan yang disampaikan melalui konten yang sederhana dan mudah dipahami memudahkan mahasiswa untuk mencerna ajaran agama tanpa merasa tertekan dengan bahasa yang rumit.

Gaya penyampaian Ustad Abdul Somad juga menjadi faktor penting dalam penerimaan konten dakwah di TikTok. Format video pendek TikTok mempengaruhi cara konten dakwah diterima oleh audiens. Banyak mahasiswa menyebutkan bahwa video singkat sangat efektif, terutama karena mereka memiliki rentang perhatian yang lebih pendek. Yenni Puspita menjelaskan bahwa dakwah di TikTok lebih mudah diterima karena durasinya yang singkat<sup>80</sup>, sedangkan Mhd Pahren Amrozie menganggap dakwah ini praktis karena bisa ditonton kapan saja<sup>81</sup>. Namun, beberapa mahasiswa merasa bahwa meskipun video singkat bermanfaat, ada tema-tema tertentu yang memerlukan durasi lebih panjang untuk bisa dipahami secara mendalam.

TikTok juga memudahkan aksesibilitas dakwah kepada audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang sangat aktif di platform tersebut. Mahasiswa mengakui bahwa algoritma TikTok membantu mereka menemukan konten dakwah yang relevan dengan minat mereka. Hafizah

---

<sup>78</sup> Mhd Pahren Amrozie, Mahasiswa MD, *wawancara*, pada Tanggal 18 November 2024

<sup>79</sup> Dewi Mai Sarah, Mahasiswa PMI, *wawancara*, pada Tanggal 18 November 2024

<sup>80</sup> Yenni Puspita, Mahasiswa KPI, *wawancara*, pada Tanggal 18 November 2024

<sup>81</sup> Mhd Pahren Amrozie, Mahasiswa MD, *wawancara*, pada Tanggal 18 November 2024

Rahmayanti menyatakan bahwa TikTok lebih mudah diakses, bahkan dengan koneksi internet yang terbatas<sup>82</sup>, dan Hasanul Khuluk mengungkapkan bahwa ceramah agama yang singkat dan langsung ke inti topik sangat relevan di TikTok<sup>83</sup>. Yenni Puspita menambahkan bahwa interaktivitas dan kolaborasi bisa lebih diperbanyak untuk menjangkau audiens lebih banyak, misalnya dengan melibatkan influencer atau sesi tanya jawab yang lebih interaktif.<sup>84</sup>

Secara keseluruhan, gaya penyampaian Ustad Abdul Somad dipandang sangat positif oleh mahasiswa. Banyak yang mengapresiasi cara beliau yang lugas, bijaksana, dan mudah dipahami. Nur Hidayah menyukai dengan cara Ustad Abdul Somad yang sederhana<sup>85</sup>, sementara Mhd Alwi Ritonga merasa ceramah beliau sangat menginspirasi<sup>86</sup>. Namun, ada juga yang merasa bahwa beberapa ceramah terasa terlalu singkat atau humoris. Mhd Pahren Amrozie dan Afwan Riadi, misalnya, merasa bahwa ceramah yang terlalu banyak humor atau terlalu singkat kurang mendalam. Mereka berharap Ustad Abdul Somad bisa menyajikan konten yang lebih mendalam tanpa terlalu banyak humor yang kadang mengalihkan fokus dari inti pesan.<sup>87</sup>

Banyak mahasiswa yang merasa dakwah di TikTok memberikan dampak positif dalam memperbaiki pandangan hidup dan memperdalam pemahaman agama. Hasanul Khuluk mengatakan dakwah di TikTok sangat

---

<sup>82</sup> Hafizah Rahmayanti, Mahasiswa MD, *wawancara*, pada Tanggal 18 November 2024

<sup>83</sup> Hasanul Khuluk, Mahasiswa MD, *wawancara*, pada Tanggal 18 November 2024

<sup>84</sup> Yenni Puspita, Mahasiswa KPI, *wawancara*, pada Tanggal 18 November 2024

<sup>85</sup> Nur Hidayah, Mahasiswa KPI, *wawancara*, pada Tanggal 18 November 2024

<sup>86</sup> Mhd Alwi Ritonga, Mahasiswa KPI, *wawancara*, pada Tanggal 18 November 2024

<sup>87</sup> Mhd Pahren Amrozie dan Afwan Riadi. Mahasiswa MD, *wawancara*, pada Tanggal 18 November 2024

berpengaruh dalam memperbaiki pandangan hidup<sup>88</sup>, sementara Windi Siregar merasa dakwah ini membantu membentuk karakter yang lebih baik<sup>89</sup>. Secara keseluruhan, mahasiswa merasa bahwa dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok membantu mereka menjadi lebih sadar akan pentingnya akhlak, lebih mendalami ajaran agama, dan lebih termotivasi untuk memperbaiki diri.

Secara keseluruhan, persepsi mahasiswa terhadap konten dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok sangat dipengaruhi oleh relevansi konten dengan kehidupan mereka, gaya penyampaian yang mudah dipahami, dan kepraktisan format video singkat. TikTok sebagai platform mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan dampak positif dalam pemahaman agama serta pembentukan karakter mahasiswa. Namun, beberapa mahasiswa berharap agar konten dakwah tersebut dapat lebih mendalam dan tidak terlalu bergantung pada humor agar pesan dakwah dapat tersampaikan lebih efektif.

Jadi, konteks yang mempengaruhi persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap konten dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok dapat dijelaskan dengan mengacu pada beberapa hal yang ditemukan dalam penelitian ini, yaitu :

a. Relevansi dengan Kehidupan Sehari-hari

Mahasiswa merasa bahwa dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok sangat relevan dengan kehidupan mereka. Tema-tema yang

---

<sup>88</sup> Hasanul Khuluk, Mahasiswa Manajemen Dakwah, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>89</sup> Windi Siregar, Mahasiswa PMI, *wawancara*, 18 November 2024.

dibahas, seperti akhlak, keimanan, dan cara hidup yang lebih baik, sangat mudah diterima dan memberi dampak positif. Hal ini menunjukkan bahwa konteks kehidupan sehari-hari mahasiswa sangat mempengaruhi bagaimana mereka menilai konten dakwah ini. Dakwah yang disampaikan dalam konteks yang dekat dengan pengalaman hidup mereka lebih mudah dipahami dan diterima.

b. Format Media Sosial TikTok

TikTok sebagai platform dengan format video pendek sangat mempengaruhi cara mahasiswa mengakses dan menerima dakwah. Mahasiswa, terutama dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, cenderung lebih responsif terhadap konten yang disajikan secara singkat, praktis, dan mudah diakses. Konteks penggunaan media sosial, terutama TikTok, yang menjadi platform populer bagi generasi muda, mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap konten dakwah. Durasi singkat dan akses mudah menjadi faktor yang membuat dakwah lebih efektif dan diterima.

c. Gaya Penyampaian yang Mudah Dipahami

Mahasiswa menghargai gaya penyampaian Ustad Abdul Somad yang lugas, bijaksana, dan sederhana. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks pendidikan dakwah, gaya komunikasi yang sederhana dan mudah dipahami sangat penting. Konteks komunikasi yang efektif, yang mengutamakan pemahaman audiens, sangat

mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kualitas dakwah yang diterima.

d. Aksesibilitas dan Interaktivitas

Mahasiswa juga mengapresiasi bagaimana TikTok memungkinkan akses dakwah dengan mudah, bahkan dengan koneksi internet terbatas. Hal ini menunjukkan pentingnya konteks aksesibilitas dalam mempengaruhi persepsi mahasiswa. Selain itu, beberapa mahasiswa mengusulkan agar interaktivitas lebih ditingkatkan, seperti melibatkan influencer atau sesi tanya jawab, untuk menjangkau audiens lebih luas. Konteks interaktivitas dalam media sosial turut mempengaruhi penerimaan konten dakwah.

Secara keseluruhan, konteks yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terkait konten dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok mencakup relevansi konten dengan kehidupan mereka, format penyampaian yang disesuaikan dengan kebiasaan media sosial, gaya komunikasi yang mudah dipahami, aksesibilitas melalui platform, dan harapan untuk kedalaman materi. Semua faktor ini menunjukkan bagaimana konteks media sosial, gaya komunikasi, dan kebutuhan audiens mempengaruhi bagaimana dakwah diterima oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

### **3. Pengalaman Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dalam Mengakses Konten Dakwah TikTok Ustad Abdul Somad Mempengaruhi Pemahaman dan Penerimaan mereka terhadap Pesan Dakwah yang Disampaikan**

Dalam konteks ini, pengalaman mahasiswa dalam mengakses konten dakwah Ustad Abdul Somad dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai bagaimana mereka memahami dan menerima pesan-pesan agama yang disampaikan melalui media sosial tersebut. Berikut ini adalah pembahasan mengenai bagaimana aksesibilitas, format video, interaktivitas, dan pengaruh pengalaman tersebut mempengaruhi pemahaman dan penerimaan mereka terhadap dakwah yang disampaikan.

#### **a. Aksesibilitas dan Kemudahan Mengakses Konten**

Pengalaman mahasiswa dalam mengakses konten dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses. TikTok, sebagai platform yang mudah diakses, menawarkan kenyamanan bagi generasi muda yang memiliki keterbatasan waktu. Banyak mahasiswa yang merasa bahwa mereka dapat menonton dakwah kapan saja dan dimana saja, menjadikannya lebih fleksibel dibandingkan dengan ceramah dalam format yang lebih panjang. Misalnya, Mhd Pahren Amrozie mengatakan bahwa “dakwah di TikTok lebih praktis karena saya bisa menontonnya kapan saja, bahkan dengan koneksi internet yang tidak terlalu cepat”<sup>90</sup>.

---

<sup>90</sup> Mhd Pahren Amrozie, Mahasiswa MD, *wawancara*, 18 November 2024.

Kemudahan akses ini mempengaruhi seberapa cepat mahasiswa dapat mengonsumsi dan mencerna pesan dakwah. Mereka tidak perlu menyempatkan waktu untuk mengikuti acara ceramah yang lebih panjang, membuat pesan dakwah lebih cepat diterima oleh mereka yang sibuk dengan aktivitas lainnya.

b. Format Video Singkat dan Penyampaian Pesan

TikTok dikenal dengan format video singkat yang hanya berdurasi beberapa detik hingga beberapa menit, yang sangat sesuai dengan pola konsumsi informasi generasi muda yang lebih cenderung cepat dan langsung. Banyak mahasiswa yang mengungkapkan bahwa konten dakwah Ustad Abdul Somad yang singkat dan padat sangat cocok dengan pola konsumsi mereka yang tidak suka berlama-lama. Yenni Puspita menyatakan bahwa dakwah di TikTok lebih mudah diterima karena durasinya singkat dan langsung ke inti<sup>91</sup>. Format ini membuat mahasiswa merasa bahwa pesan yang disampaikan lebih efektif dan langsung pada sasaran. Namun, ada juga mahasiswa yang merasa bahwa beberapa topik dakwah membutuhkan penjelasan lebih mendalam dan bahwa durasi yang terlalu singkat kadang tidak cukup untuk menjelaskan pesan secara detail.<sup>92</sup>

c. Keterlibatan dan Interaktivitas dengan Konten

TikTok juga memberikan pengalaman interaktif dimana audiens dapat memberikan komentar, berbagi, atau bahkan membuat

---

<sup>91</sup> Yenni Puspita, Mahasiswa KPI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>92</sup> Najwa Alfini Hanum, Mahasiswa MD, *wawancara*, 18 November 2024.

video reaksi terhadap konten yang mereka tonton. Meskipun sebagian besar mahasiswa tidak secara langsung berinteraksi dengan Ustad Abdul Somad, beberapa dari mereka menginginkan lebih banyak konten yang lebih interaktif, seperti mengajak audiens untuk berpartisipasi atau mengajukan pertanyaan. Prayudha Alphasa berpendapat bahwa variasi tema dalam dakwah harus ditingkatkan untuk menarik lebih banyak kalangan<sup>93</sup>, sementara Yenni Puspita berharap ada sesi tanya jawab yang lebih sering<sup>94</sup>. Beberapa mahasiswa juga merasa bahwa kolaborasi dengan influencer atau fitur interaktif lainnya bisa membuat dakwah lebih terhubung dengan audiens. Namun, ada juga yang merasa puas dengan format dakwah yang sudah ada, karena mereka tetap merasa terhubung dengan pesan moral yang diberikan, meskipun tanpa interaksi langsung.

d. Pengaruh Pengalaman terhadap Pemahaman dan Penerimaan Pesan Dakwah

Pengalaman mahasiswa dalam mengakses konten dakwah di TikTok berpengaruh signifikan terhadap pemahaman mereka tentang agama dan penerimaan mereka terhadap pesan dakwah. Dengan format yang lebih ringan dan mudah dipahami, banyak mahasiswa merasa bahwa dakwah ini lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Mhd Pahren Amrozie mengatakan bahwa dakwah ini membantu saya lebih memahami ajaran agama dengan cara yang lebih

---

<sup>93</sup> Pratudha Alphasa, Mahasiswa KPI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>94</sup> Yenni Puspita, Mahasiswa BKI, *wawancara*, 18 November 2024.

sederhana<sup>95</sup>, sementara Yenni Puspita menyebutkan bahwa dakwah Ustad Abdul Somad memberi pencerahan bagi banyak orang yang membutuhkan motivasi hidup<sup>96</sup>. Beberapa mahasiswa, seperti Mhd Pahren Amrozie, merasa lebih menghargai waktu dan lebih baik dalam beribadah<sup>97</sup>, sementara Alfa Ulfa mengatakan bahwa dia merasa lebih dekat dengan agama setelah mendengarkan dakwah di TikTok<sup>98</sup>. Banyak mahasiswa yang merasakan dampak positif dari dakwah, baik dalam hal memperbaiki akhlak atau mengubah cara pandang hidup mereka, seperti menjadi lebih positif, sabar, dan ikhlas. Pengalaman ini menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan melalui platform yang mudah diakses dan dalam format yang ringkas dapat memberikan dampak positif terhadap pemahaman agama dan perubahan sikap mahasiswa.

e. Tantangan dalam Menerima Dakwah

Beberapa mahasiswa juga menyatakan bahwa meskipun mereka dapat menerima pesan dakwah dengan baik, terkadang ada aspek dalam ceramah yang mereka rasa kurang cocok. Alfa Ulfa mengungkapkan ketidaksukaannya terhadap ceramah yang terlalu banyak menggunakan bahasa Arab<sup>99</sup>, sementara Erlina Simamora mengatakan bahwa dia kurang suka ceramah yang terlalu cepat

---

<sup>95</sup> Mhd Pahren Amrozie, Mahasiswa MD, *wawancara*, 18 November 2024

<sup>96</sup> Yenni Puspita, Mahasiswa BKI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>97</sup> Mhd Pahren Amrozie, Mahasiswa MD, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>98</sup> Alfa Ulfa, Mahasiswa MD, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>99</sup> Alfa Ulfa, Mahasiswa MD, *wawancara*, 18 November 2024.

selesai<sup>100</sup>. Prayudha Alphasu juga menambahkan bahwa terkadang ceramah terasa sangat cepat dan kurang mendalam<sup>101</sup>. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun dakwah melalui TikTok sangat mudah diakses dan disukai oleh banyak mahasiswa, mereka tetap menginginkan penyampaian yang lebih jelas dan mendalam agar pesan dakwah bisa lebih maksimal diterima.

Secara keseluruhan, pengalaman mahasiswa dalam mengakses konten dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok sangat mempengaruhi pemahaman dan penerimaan mereka terhadap pesan dakwah. Kemudahan akses, format video singkat, dan pesan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari menjadi faktor utama yang membuat mahasiswa lebih terbuka dan menerima dakwah. Meskipun ada beberapa harapan untuk konten yang lebih mendalam atau interaktif, TikTok sebagai platform dakwah terbukti efektif dalam menjangkau audiens muda dan membuat pesan agama lebih mudah dipahami dan diterima.

#### **4. Tindak Lanjut dari Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap Konten Dakwah Ustad Abdul Somad melalui Media Sosial TikTok**

Sebagai bagian dari perkembangan dakwah di era digital, TikTok menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan untuk menyebarkan pesan agama, termasuk dakwah dari Ustad Abdul Somad. TikTok

---

<sup>100</sup> Erlina Simamora, Mahasiswa PMI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>101</sup> Prayudha Alphasu, Mahasiswa BKI, *wawancara*, 18 November 2024.

memberikan platform yang menarik, mudah diakses, dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Berikut ini adalah tinjauan mengenai pandangan mahasiswa terhadap efektivitas TikTok sebagai sarana dakwah, berdasarkan hasil observasi dan wawancara.

a. Pandangan Positif tentang Efektivitas Media Sosial sebagai Sarana Dakwah

Sebagian besar mahasiswa memiliki pandangan positif terhadap efektivitas TikTok sebagai platform dakwah. Mereka menganggap bahwa TikTok dapat menjangkau lebih banyak orang, terutama generasi muda, dengan cara yang lebih menarik dan mudah diterima. Dengan format video singkat yang lebih ringkas dan visual yang menarik, dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok dianggap sangat relevan dengan kebutuhan zaman.

Platform ini memungkinkan penyampaian dakwah secara cepat dan langsung, sehingga pesan agama lebih mudah dicerna oleh audiens yang lebih muda. Sebagai contoh, Prayudha Alphasas mengatakan bahwa dakwah di TikTok lebih efektif untuk audiens muda karena formatnya yang cepat dan langsung ke inti<sup>102</sup>. Hal serupa diungkapkan oleh Dewi Maisarah, yang menilai bahwa video singkat di TikTok lebih mudah dipahami dan bisa dibagikan dengan cepat.<sup>103</sup>

Dari hasil observasi, terlihat bahwa mahasiswa sangat responsif terhadap penggunaan TikTok sebagai sarana dakwah karena

---

<sup>102</sup> Prayudha Alphasas, Mahasiswa BKI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>103</sup> Dewi Mai Sarah, Mahasiswa PMI, *wawancara*, 18 November 2024.

kekuatan media ini dalam menarik perhatian generasi muda dengan cara yang lebih menarik dan efektif. Wawancara dengan Mhd Alwi Ritonga menyatakan bahwa dakwah di TikTok lebih menarik dan mudah dicerna banyak orang<sup>104</sup>. Fitri Khairani juga menambahkan bahwa TikTok sangat efektif dalam membuat dakwah lebih ringan dan mudah dipahami.<sup>105</sup>

b. Kelebihan Format Singkat dan Visual dalam Penyampaian Pesan

Format video singkat dan visual yang mendukung menjadi salah satu faktor utama dalam efektivitas dakwah di TikTok. Mahasiswa merasa bahwa pesan dakwah yang disampaikan dengan durasi terbatas ini lebih terfokus, langsung pada inti, dan tidak bertele-tele.

Video singkat dengan fitur visual seperti gambar, teks, dan efek menarik mempermudah penyampaian pesan agama yang lebih jelas dan mudah dipahami. Misalnya, Yenni Puspita mengatakan bahwa TikTok sangat relevan untuk menjangkau audiens muda dengan konten dakwah yang lebih santai dan menarik.<sup>106</sup>

Secara umum, mahasiswa menunjukkan respon positif terhadap keefektifan format video singkat dan fitur visual yang digunakan dalam dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok. Najwa Alfini Hanum menilai bahwa dakwah di TikTok lebih efektif karena

---

<sup>104</sup> Mhd Alwi Ritonga, Mahasiswa KPI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>105</sup> Fitri Khairani, Mahasiswa PMI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>106</sup> Yenni Puspita, Mahasiswa KPI, *wawancara*, 18 November 2024.

singkat dan langsung ke inti<sup>107</sup>, sementara Khoiruddin Harahap juga mengakui bahwa TikTok memungkinkan dakwah disampaikan dalam bentuk yang mudah dipahami.<sup>108</sup>

c. Dampak Positif dalam Memperkenalkan Pesan Agama secara Santai

Banyak mahasiswa mengungkapkan bahwa dakwah yang disampaikan dengan cara santai dan tidak formal di TikTok memberikan kesempatan bagi mereka untuk lebih terbuka dalam menerima pesan agama tanpa merasa terbebani oleh nuansa religius yang terlalu kaku.

Mahasiswa merasa bahwa dakwah yang disampaikan dengan pendekatan santai dan tidak menggurui ini lebih mudah diterima oleh mereka. Afwan Riadi menyatakan bahwa dakwah di TikTok membantu memperbaiki akhlaknya dengan cara yang tidak terlalu serius.<sup>109</sup>

Observasi menunjukkan bahwa dakwah dengan gaya santai lebih efektif dalam menjangkau audiens muda yang cenderung lebih terbuka terhadap pendekatan yang tidak kaku. Hafizah Rahmayanti mengatakan dakwah di TikTok lebih santai dan tidak menggurui, yang membuatnya lebih mudah diterima oleh generasi muda<sup>110</sup>. Yenni

---

<sup>107</sup> Naja Alfini Hanum, Mahasiswa BKI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>108</sup> Khoiruddin Harahap, Mahasiswa KPI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>109</sup> Afwan Riadi, Mahasiswa MD, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>110</sup> Hafizah Rahmayanti, Mahasiswa MD, *wawancara*, 18 November 2024.

Puspita juga menambahkan bahwa dakwah di TikTok memberikan pencerahan dengan cara yang lebih sederhana.<sup>111</sup>

d. Harapan untuk Penyajian yang Lebih Mendalam

Meskipun sebagian besar mahasiswa menganggap TikTok sebagai platform yang efektif, beberapa merasa bahwa pesan dakwah terkadang kurang mendalam karena keterbatasan waktu video. Mahasiswa berharap agar konten dakwah yang disampaikan tidak hanya sekedar memberikan informasi dasar, tetapi juga dapat menyajikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai topik tertentu. Prayudha Alphasas berharap ada lebih banyak konten dakwah yang lebih mendalam.<sup>112</sup>

Mahasiswa berharap agar video dakwah bisa menyajikan pesan agama dengan lebih mendalam, tanpa mengurangi kesan positif yang didapat dari format singkat dan menarik. Alfa Ulfa mengungkapkan bahwa meskipun konten dakwah Ustad Abdul Somad sangat bermanfaat, ia lebih suka konten yang lebih mendalam.<sup>113</sup>

e. Interaktivitas dan Partisipasi Audiens

TikTok memungkinkan interaksi antara pembuat konten dan audiensnya melalui fitur komentar, like, dan berbagi video, yang membuat dakwah menjadi lebih partisipatif. Mahasiswa berharap agar Ustad Abdul Somad atau konten dakwah lainnya bisa lebih interaktif,

---

<sup>111</sup> Yenni Puspita, Mahasiswa KPI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>112</sup> Prayudha Alphasas, dan Yenni Puspita, Mahasiswa KPI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>113</sup> Alfa Ulfa, Mahasiswa MD, *wawancara*, 18 November 2024.

seperti mengajak audiens untuk berdiskusi atau memberikan feedback secara langsung.

Dari pengamatan, mahasiswa merasa bahwa meskipun TikTok sudah memberikan ruang untuk interaksi, mereka berharap agar penyampaian pesan dakwah bisa lebih melibatkan audiens dan memberi kesempatan untuk lebih berpartisipasi aktif. Yenni Puspita berharap ada lebih banyak sesi tanya jawab atau diskusi dengan audiens<sup>114</sup>. Prayudha Alphasa mengusulkan untuk meningkatkan variasi tema agar lebih menarik bagi berbagai kalangan.<sup>115</sup>

f. Persepsi Umum tentang Pengaruh Media Sosial dalam Dakwah

Secara keseluruhan, banyak mahasiswa yang merasa bahwa media sosial, khususnya TikTok, sangat efektif untuk menyebarkan pesan agama, terutama bagi generasi muda yang cenderung sibuk dengan aktivitas sehari-hari. Dampak positif media sosial dalam dakwah sangat terasa, dengan mahasiswa yang menganggap TikTok sebagai platform praktis untuk menyebarkan pesan agama secara cepat dan luas. Mhd Pahren Amrozie mengatakan bahwa dakwah di TikTok sangat praktis dan bisa menjangkau lebih banyak orang.<sup>116</sup>

Mahasiswa merasa bahwa TikTok memberikan cara baru dalam menyampaikan dakwah yang lebih efektif dan mudah diterima tanpa harus mengorbankan esensi pesan agama. Mhd Alwi Ritonga berpendapat bahwa TikTok memungkinkan dakwah disampaikan

---

<sup>114</sup> Yenni Puspita, Mahasiswa KPI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>115</sup> Prayudha Alphasa, dan Yenni Puspita, Mahasiswa KPI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>116</sup> Mhd Pahren Amrozie, Mahasiswa MD, *wawancara*, 18 November 2024.

secara cepat dan luas<sup>117</sup>, sedangkan Alfa Ulfa mengatakan bahwa dakwah TikTok sangat efektif untuk menyebarkan kebaikan agama kepada generasi muda.<sup>118</sup>

Berdasarkan pembahasan di atas, tindak lanjut dari persepsi mahasiswa terhadap penyampaian dakwah Ustad Abdul Somad melalui TikTok berfokus pada efektivitas media sosial dalam menyampaikan pesan agama. Mahasiswa secara umum memiliki pandangan positif terhadap penggunaan TikTok sebagai sarana dakwah karena platform ini menawarkan kemudahan akses, format singkat, interaktivitas, dan visual yang menarik. Meskipun ada keinginan untuk konten yang lebih mendalam dan interaktif, TikTok dianggap sebagai platform yang sangat efektif dalam menyebarkan pesan agama dan memperkenalkan nilai-nilai agama kepada generasi muda, terutama dengan cara yang lebih ringan, menarik, dan mudah dipahami.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sering melihat konten Ustad Abdul Somad ketika menggunakan sosial media khususnya TikTok sehingga para mahasiswa berpendapat mengenai Ustad Abdul Somad baik dari cara menyampaikan pesan-pesan dakwahnya sesuai dengan latar belakang pengetahuan, pengalaman, serta nilai-nilai yang mereka anut. Faktor-faktor seperti gaya komunikasi Ustad Abdul Somad yang lugas, humoris, dan tegas, serta relevansi topik yang dibahas dengan kehidupan mahasiswa, turut mempengaruhi

---

<sup>117</sup> Mhd Alwi Ritonga, Mahasiswa KPI, *wawancara*, 18 November 2024.

<sup>118</sup> Alfa Ulfa, Mahasiswa MD, *wawancara*, 18 November 2024.

cara mahasiswa memproses dan memahami pesan dakwah, yang pada akhirnya membentuk persepsi positif, kritis, atau netral terhadap konten dakwah tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa TikTok menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan konten dakwah, khususnya di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa. Keunggulan utama TikTok terletak pada kemampuannya untuk menyebarkan video dengan cepat dan luas, sehingga memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang lebih besar dalam waktu singkat. Tema dakwah yang berfokus pada ketenangan hati dan jiwa sangat resonan bagi banyak mahasiswa, mengingat tantangan kehidupan kampus yang seringkali penuh tekanan. Namun, meskipun konten dakwah tersebut diterima dengan baik dan banyak yang merasa terinspirasi, ada pula kritik terkait kedalaman materi. Beberapa mahasiswa merasa bahwa meskipun konten dakwah di TikTok bermanfaat, masih kurang mendalam dan lebih banyak bersifat umum. Hal ini menunjukkan pentingnya pengembangan konten yang tidak hanya memberikan hiburan atau inspirasi sementara, tetapi juga memberikan solusi praktis dan aplikasi nyata dalam kehidupan sehari-hari, khususnya bagi mahasiswa yang tengah menghadapi berbagai persoalan akademik dan pribadi.<sup>119</sup>

Mahasiswa menunjukkan bahwa mereka cenderung memilih konten yang sesuai dengan minat dan pandangan pribadi, serta menghindari konten yang tidak mereka sukai. Hal ini dipengaruhi oleh pengalaman, sikap, dan nilai-nilai yang mereka pegang, yang membentuk cara mereka melihat dan menilai informasi.

---

<sup>119</sup> Muzayana, *The Power of TikTok for Religious Outreach*, 2023. *The Digital Religion Report*. <https://jicc.umsida.ac.id/index.php/jicc/article/download/24/23/394>

Dengan kata lain, mahasiswa lebih mudah menerima konten yang dirasa relevan atau menyenangkan, sementara konten yang dianggap tidak sesuai dengan preferensi atau keyakinan mereka biasanya diabaikan atau ditanggapi negatif. Fenomena ini menggambarkan bagaimana persepsi seseorang mempengaruhi pilihan mereka dalam mengonsumsi media dan informasi.<sup>120</sup>

Kecepatan TikTok dalam menyebarkan video juga menjadi faktor penentu dalam efektivitas dakwah. Platform ini memungkinkan pesan dakwah untuk menyebar lebih cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mahasiswa yang aktif di dunia digital. Selain itu, format yang lebih santai dan tidak terlalu formal menjadi daya tarik tersendiri, karena mahasiswa cenderung lebih tertarik pada ceramah yang disampaikan dengan cara yang lebih ringan dan tidak membosankan.

Namun, meskipun banyak mahasiswa yang menyukai pendekatan yang tidak terlalu teknis, penting untuk tetap menjaga keseimbangan antara kedalaman materi dakwah dan cara penyampaiannya. Dakwah yang disajikan dengan cara yang sederhana, tetapi tetap menyentuh hati dan memotivasi, lebih efektif dalam membantu mahasiswa memahami ajaran agama dan mencari makna hidup. Oleh karena itu, dakwah di TikTok, yang seringkali singkat dan langsung pada inti, bisa sangat membantu mahasiswa dalam memperdalam pemahaman agama mereka, tanpa harus merasa terbebani oleh penjelasan yang terlalu kompleks atau teknis. Secara keseluruhan, TikTok memberikan peluang besar untuk menyampaikan

---

<sup>120</sup> Smith, J. *Media and Perception: A Study of Selectivity in Information Consumption*. *Media Psychology*, 34(2), 2020, Hlm 115-130.

pesan agama secara efektif, terutama dalam menjangkau mahasiswa. Dengan format yang mudah diakses dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, dakwah di TikTok dapat membantu mahasiswa tidak hanya dalam memahami ajaran agama, tetapi juga dalam menemukan ketenangan dan keseimbangan dalam menghadapi kehidupan yang serba cepat dan penuh tantangan.<sup>121</sup>

---

<sup>121</sup> Herman, A. *Dakwah Digital: Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Agama*. Jakarta: Pustaka Agung, 2020, Hlm

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan dapat disarikan sebagai berikut:

1. Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap Konten Dakwah Media Sosial TikTok Ustad Abdul Somad

TikTok dianggap sebagai media dakwah yang efektif, terutama di kalangan generasi muda, karena konten yang disajikan singkat, mudah dipahami, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Mahasiswa menyukai penyampaian dakwah yang sederhana, penuh makna, dan sering disertai dengan humor. Namun, beberapa merasa bahwa ceramah terkadang terlalu singkat dan kurang mendalam. TikTok juga memfasilitasi interaksi aktif dengan audiens melalui fitur komentar, like, dan share, yang meningkatkan partisipasi. Meskipun demikian, tantangan seperti penyebaran informasi yang kurang akurat dan ceramah yang terlalu cepat menjadi perhatian. Secara keseluruhan, dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok memberikan dampak positif dalam memperdalam pemahaman agama dan memperbaiki akhlak, terutama di kalangan mahasiswa.

## 2. Konteks yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa terhadap Konten Dakwah Ustad Abdul Somad di Media Sosial TikTok

Secara keseluruhan, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi menilai bahwa konten dakwah Ustad Abdul Somad di TikTok sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Dakwah yang menyentuh tema-tema seperti akhlak, keimanan, dan cara hidup yang lebih baik mudah dipahami dan diterima oleh mahasiswa. Selain itu, gaya penyampaian yang lugas, bijaksana, dan sederhana juga membuat dakwah tersebut lebih mudah dipahami. Platform TikTok dengan durasi video yang singkat dan format yang praktis sangat mendukung mahasiswa untuk mengakses konten dakwah kapan saja dan dimana saja, sesuai dengan gaya hidup mereka yang cepat dan efisien. Namun, beberapa mahasiswa berharap agar konten dakwah bisa lebih mendalam dan tidak terlalu mengandalkan humor, agar pesan dakwah dapat lebih efektif tersampaikan.

## 3. Pengalaman Mahasiswa dalam Mengakses Konten Dakwah TikTok Ustad Abdul Somad Mempengaruhi Pemahaman dan Penerimaan mereka terhadap Pesan Dakwah

Pengalaman mahasiswa dalam mengakses konten dakwah melalui TikTok sangat mempengaruhi pemahaman dan penerimaan mereka terhadap pesan yang disampaikan. Mahasiswa merasa bahwa kemudahan akses dan durasi video yang singkat sangat memudahkan mereka untuk memahami dakwah dengan cara yang sederhana. Konten dakwah yang relevan dengan kehidupan sehari-hari memberikan dampak positif dalam membentuk

pemahaman agama dan memperbaiki karakter mahasiswa. Walaupun ada beberapa mahasiswa yang menginginkan konten yang lebih mendalam atau lebih interaktif, secara keseluruhan, TikTok sebagai platform dinilai efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada audiens muda, khususnya mahasiswa.

#### 4. Tindak Lanjut dari Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap Konten Dakwah Ustad Abdul Somad melalui Media Sosial TikTok

Tindak lanjut persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap konten dakwah Ustad Abdul Somad melalui TikTok menunjukkan bahwa media sosial ini sangat efektif sebagai sarana dakwah, terutama di kalangan generasi muda. Mahasiswa menganggap TikTok sebagai platform yang mudah diakses, dengan format video singkat dan visual yang menarik, membuat pesan agama lebih mudah dipahami dan lebih cepat diterima. Dakwah dengan pendekatan santai juga dianggap lebih mudah diterima tanpa terkesan kaku. Namun, mahasiswa berharap agar konten dakwah bisa lebih mendalam, mengingat keterbatasan waktu video yang tersedia. Selain itu, ada harapan agar interaktivitas antara pembuat konten dan audiens bisa lebih ditingkatkan, seperti melalui sesi tanya jawab atau diskusi langsung. Secara keseluruhan, TikTok dianggap sangat efektif dalam menyebarkan pesan agama, memperkenalkan nilai-nilai agama, dan menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda yang lebih aktif di media sosial.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, baik dari aspek teoritis maupun praktis, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap pengembangan dakwah melalui media sosial, khususnya TikTok, serta memberikan manfaat dalam bidang ilmu komunikasi.

### **1. Saran Teoritis**

Dari segi teoritis, hasil penelitian ini dapat memperkaya wawasan dalam kajian dakwah dan komunikasi, khususnya mengenai pemanfaatan media sosial dalam penyebaran pesan agama. Diharapkan, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori-teori komunikasi dalam konteks dakwah digital, serta menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang efektivitas media sosial lainnya sebagai sarana dakwah.

### **2. Saran Praktis**

Secara praktis, penelitian ini memberikan saran kepada para praktisi komunikasi dan pelaku dakwah untuk lebih memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok, sebagai platform yang efektif dalam menyebarkan pesan agama. Berdasarkan hasil penelitian, konten dakwah yang singkat, menarik, dan tidak formal dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Oleh karena itu, penting bagi praktisi dakwah untuk terus berinovasi dalam membuat konten yang tidak hanya informatif tetapi juga dapat mengedukasi secara mendalam, dengan tetap mempertahankan pendekatan yang ringan dan mudah dipahami. Diharapkan, para pendakwah

dapat meningkatkan interaktivitas dengan audiens, misalnya melalui sesi tanya jawab atau diskusi yang melibatkan audiens secara langsung, agar pesan dakwah lebih terasa relevansi dan kedalamannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. 2016. *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, Penelitian Gabungan Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana.
- Abd. Hadi dan Rusman. 2021 *Penelitian Kualitatif; Study Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*, (Purwokerto: Pena Persada,.
- Agus Triyono. 2021 "*Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*", Jakarta : Bintang Pustaka Madani,.
- Akbar, H. U. dan P. S. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial* (Edisi 3). Bumi Aksara.
- Al-Attas, S. M. N. 1980. *Islam and Secularism*. Kuala Lumpur: Muslim Youth Movement of Malaysia
- Bencsik, Andrea, Erzsébet Machova. 2016. "Manajemen Pengetahuan untuk Generasi Baru." *Procedia - Ilmu Sosial dan Perilaku*.
- Farida Nugraha. 2014 *Metode Penelitian Kualitatif* Surakarta: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- J, M. L. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). Remaja Rosdakarya.
- Robithotul Islamiyah 2021 *Dakwahtainment Bangkitnya Konten Religius di TikTok*,
- Sugiyono, 2020 *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Ulfatin Nurul. 2015 *Metode Penelitian Kualitatif Di bidang Pendidikan*, Malang: Media Nusa Kreatif.
- Zainal Aqib dan Mohammad Hasan Raisidi. 2019 *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Yogyakarta: Andi.

### Jurnal

- Al-Hamd, R. (2020). The Role of Social Media in Islamic Da'wah: A Study of the Use of TikTok in Spreading Islamic Teachings. *Journal of Islamic Studies*, 12(2).
- Hamzah, A. (2017). Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam. *Jurnal Internasional Ilmu Sosial dan Kemanusiaan*.
- <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dimas/article/view/6162>.
- Juni Wati Sri Rizki, "Social Media As Tools Of Communication And Learning", *Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*, Volume 15, No. 2, Tahun 2023.
- <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/qalamuna/article/view/2429/1343>.

Nasrullah R. (2021). Dakwahtainment Bangkitnya Konten Religius di TikTok." *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*.

Rakhmat, M. (2020). "Kontemporer dalam Dakwah: Analisis Terhadap Tema-tema Dakwah Ustaz Zaman Now." *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*.

Rendy Arfyan dan Bayu Pratama, "Strategi dakwah Selebgram Melalui Media Sosial TikTok dalam Endorsement (Studi Kasus Pada Akun TikTok @klarayaaa\_)", dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*,

Shani Dwi Putri dan Suzy Azharie, "Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk konten dakwah di Media Sosial TikTok", *Jurnal KONEKSI*, Volume 5, No.2, Tahun 2021.

<https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/10300/7962>.

Smith, J. (2019). The Impact of Social Media in Da'wah Activities. *International Journal of Islamic Studies*, 10(2).

Yamada, K., & Green, S. 2023. "Memory and Response: How Perceived Information Influences Behavior". *Journal of Cognitive Memory*,

### **Internet**

We Are Social, "Digital 2023 October Global Statshot Report", <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>.

<https://id.scribd.com/document/478358355/materi-Aplikasi-Tik-Tok-docx>.

Susanti Lestari, Persepsi Mahasiswa Terhadap TikTok Sebagai Media Dakwah, skripsi, Semarang: UIN Walisongo (2022), [https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17559/1/Skripsi\\_1701026127\\_Susanti\\_Lestari.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17559/1/Skripsi_1701026127_Susanti_Lestari.pdf)

KKBI Online <https://kbbi.web.id/persepsi>



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kotapadangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022 Website unsyahada.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: 1342 /Un 28/F/PP 04/11/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dr. Magdalena, M.Ag.  
NIP : 197403192000032001  
Pangkat/Gol. Ruang : Pembina Tk. I/(IV/b)  
Jabatan : Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Pada : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary  
Sekolah/Kursus/Kuliah : Padangsidimpuan

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Muhammad Fazry  
NIM : 2030200006  
Semester : IX (Sembilan)  
Alamat : Kelurahan Pasar Sibuhuan, Kec. Barumon, Kab. Padang  
Lawas

adalah benar mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, telah melakukan penelitian di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dari tanggal 29 Oktober sampai dengan tanggal 10 Nopember tahun 2024, dengan judul Penelitian "Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Media Sosial Tiktok Ustad Abdul Somad : Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi".

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.



Padangsidimpuan, 12 Nopember 2024  
Dr. Magdalena, M. Ag.  
NIP 197403192000032001