

**PERSEPSI MAHASISWA KPI TERHADAP PESAN
DAKWAH DIGITAL PADA AKUN TIKTOK
@HAFIIDDDDD
(Studi Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Raden
Intan Lampung)**

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana (S.Sos) dalam
Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Oleh:

**Elsa Santika Prawintyas
NPM. 1841010217**

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444H/2023M**

**PERSEPSI MAHASISWA KPI TERHADAP PESAN
DAKWAH DIGITAL PADA AKUN TIKTOK
@HAFIIDDDDD
(Studi Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Raden
Intan Lampung)**

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana (S.Sos) dalam Dakwah dan Ilmu
Komunikasi

Pembimbing 1: Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
Pembimbing 2: Subhan Arif, S.Ag., M.Ag

Oleh:

**Elsa Santika Prawintyas
NPM. 1841010217**

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444H/2023M**

ABSTRAK

Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Pesan Dakwah Digital pada Akun TikTok @hafiddddd (Studi Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung)

**Oleh
Elsa Santika Prawintyas**

Dakwah yang selama ini sering kita jumpai di masyarakat, biasanya identik dengan penyampaiannya yang sangat panjang hingga tak jarang membuat bosan para mad'u dalam mendengarkan dakwah. Selain itu, gaya bahasa dan cara menyampaikan dakwahnya pun terkesan monoton dan membosankan. Namun pada era digital ini, banyak da'I yang memanfaatkan media sosial untuk mengajak umat muslim dalam berbuat kebajikan melalui dakwah yang dikemas pada sebuah konten dengan kreativitas yang dimiliki masing-masing da'I tersebut. Salah satunya akun dakwah milenial yang sangat familiar di TikTok adalah akun dengan username @hafiddddd. Konten-konten dakwah yang disuguhkan oleh @hafiddddd ini ternyata *di-notice* oleh para pengguna TikTok khususnya bagi kalangan muda, karena mulai dari konsep berdakwahnya, gaya bahasanya, pemilihan materinya, dan pengemasan videonya sangat menarik yang akhirnya merubah pandangan orang terhadap dakwah yang dulunya dikenal membosankan menjadi lebih *up to date*.

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teori yang digunakan ialah teori persepsi. Teknik pengumpulan datanya berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa KPI angkatan 2018 terhadap pesan dakwah digital yang diunggah oleh akun @hafiddddd di TikTok

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu mahasiswa KPI angkatan 2018 mempersepsikan hadirnya akun TikTok @hafiddddd ini telah membuat mahasiswa menjadi gemar dan tertarik dalam mendengarkan dakwah karena penyampaian dakwahnya menggunakan gaya bahasa yang santai sehingga mudah dipahami, materi-materi atau pesan dakwah yang dibawakan *relate* dengan apa yang terjadi atau apa yang sedang dirasakan oleh anak-anak muda, konsep dakwahnya menarik, serta hadirnya akun ini turut merubah paradigma TikTok dari yang sebelumnya dikenal negatif menjadi aplikasi yang lebih positif dengan konten-konten edukatifnya. Mahasiswa KPI juga menambahkan agar menjadi muslim yang cerdas dengan tetap memperhatikan kesesuaian antara dakwah yang diperoleh terhadap al-Qur'an dan hadits agar tidak mendapatkan ajaran yang menyimpang.

Kata Kunci: *Persepsi, Mahasiswa, Pesan, Dakwah Digital, TikTok*

Abstract

KPI Student Perceptions of Digital Dakwah Messages on the TikTok Account @hafiddddd (Study of KPI Students Class of 2018 UIN Raden Intan Lampung)

By
Elsa Santika Prawintyas

Da'wah which we often encounter in society, is usually synonymous with very long delivery, so that it is not uncommon for mad'u to get bored listening to da'wah. Apart from that, the style of language and the way of conveying his preaching also seem monotonous and boring. However, in this digital era, many preachers use social media to invite Muslims to do good through da'wah packaged in content with the creativity of each da'I. One of the most familiar millennial preaching accounts on TikTok is an account with the username @hafiddddd. The da'wah content presented by @hafiddddd turned out to be noticed by TikTok users, especially for young people, because starting from the concept of preaching, the style of language, the choice of material, and the video packaging were very interesting which ultimately changed people's views on the da'wah that was once known boring to be more up to date.

This study uses a type of descriptive qualitative research method with the theory used is the theory of perception. The data collection technique is in the form of interviews, observation, and documentation which aims to find out how the 2018 KPI students perceive digital da'wah messages uploaded by the @hafiddddd account on TikTok.

The research results obtained were KPI students class of 2018 perceived the presence of the @hafiddddd TikTok account had made students become fond of and interested in listening to da'wah because the delivery of da'wah used a relaxed style of language so that it was easy to understand, the da'wah materials or messages delivered were related to what was taught. happening or what young people are feeling, the concept of da'wah is interesting, and the presence of this account has helped change the paradigm of TikTok from what was previously known as negative to a more positive application with educational content. KPI students also added that they should be smart Muslims while still paying attention to the suitability between the preaching obtained from the Qur'an and hadith so as not to get deviant teachings.

Keywords: Perceptions, Students, Messages, Digital Da'wa, TikTok

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elsa Santika Prawintyas

NPM : 1841010217

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Pesan Dakwah Digital pada Akun TikTok @hafiidddd (Studi Mahasiswa KPI Agkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung)”**. Adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 13 Maret 2023

Penulis



Elsa Santika Prawintyas



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Pesan Dakwah
Digital pada Akun TikTok @hafiddddd (Studi
Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Raden Intan
Lampung)**

**Nama : Elsa Santika Prawintyas
NPM : 1841010217
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

**Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
NIP. 19610409 199003 1 002**

Pembimbing II

**Subhan Arif, S.Ag., M.Ag
NIP. 19680720 199603 1 002**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Dakwah Dan Ilmun Komunikasi Islam**

**Dr. Khairullah, S.Ag., MA
NIP. 196511011995031001**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Pesan Dakwah Digital pada Akun TikTok @hafiddddd (Studi Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung)**. Disusun oleh: **Elsa Santika Prawintyas**, NPM : **1841010217**, Jurusan: **Komunikasi Dan Penyiaran Islam**. Telah diujikan pada hari/tanggal: **Jum'at, 19 Mei 2023**.

TIM PENGUJI MUNAQOSAH :

Ketua Sidang	: Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag	(.....)
Sekretaris	: Achmad Kanzulfikar, M. Med. Kom	(.....)
Penguji I	: Dr. Fariza Makmun, S.Ag., M.Sos.I	(.....)
Penguji II	: Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si	(.....)
Penguji Pendamping	: Subhan Arif, S.Ag., M.Ag	(.....)

Mengetahui
Plt. Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmun Komunikasi Islam



Dr. Mubasit, S.Ag., MM
197311141998031002

MOTTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٤﴾

"Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung."

Q.S. Ali-Imran: 104

PERSEMBAHAN

Dengan beribu-ribu ungkapan rasa syukur yang tiada henti kepada Allah Swt dan sebagai tanda bakti serta rasa cinta kasihku yang tulus, skripsi ini akan ku persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua hebatku, ayahanda yang sangat kusayangi dan akan selalu kurindukan, alm. Bapak Wagiran. Terimakasih sudah banyak mengajarkanku arti dari sebuah kasih sayang yang tulus, keikhlasan, dan kebaikan tanpa pamrih selama hidupmu. Kepada Ibundaku tercinta, Ibu Ir. Isna Tribudi Supriarsanti, terimakasih sudah bekerja keras dan berjuang tanpa kenal lelah agar anak-anaknya selalu mendapatkan hidup dan pendidikan yang layak, terimakasih sudah mengajarkanku arti dari sebuah kesabaran. Skripsi ini kupersembahkan untuk kalian, Mah, Pah. Semoga anak-anakmu kelak bisa membanggakan dan mengangkat derajat keluarga.
2. Kedua adik yang sangat kusayangi, Sigit Wirawan dan Bagas Adiyatma. Terimakasih untuk selalu memberikan do'a dan dukungannya kepadaku, serta kuucapkan terimakasih banyak kepada adikku Sigit yang banyak membantu dalam materil untuk keperluan kuliahku.
3. Eyang Rochayah, Eyang Muali dan Eyang Sutiyah yang telah memberikan dukungan kepadaku baik moril dan materil. Kepada alm. Eyang Djahidi Isnanto Martono yang selama hidupnya sangat memberikan dukungan penuh kepadaku agar dapat berpendidikan sampai ke jenjang Perguruan Tinggi.
4. Segenap keluarga besarku, paman, bibi, dan sepupu-sepupuku yang tidak dapat kusebutkan satu per satu. Terimakasih atas arahan, motivasi, bantuan baik moril maupun materil, dukungan, serta do'a yang tidak pernah putus untukku.
5. Sahabat yang senantiasa ada dalam setiap proses pendidikanku sejak dulu sampai saat ini, Devita Damayanti dan Andriyani. Terimakasih banyak sudah saling bertukar cerita, menjadi pendengar yang baik dan selalu memberikan dukungan.

6. Sahabat seperjuangan terbaikku, Febi Mulyani, Ria Angelia, Ismaida, dan Nur Adyilia. Terimakasih sudah membersamai selama ini, terimakasih untuk saling mendoakan dan mendukung satu sama lain, juga terimakasih sudah selalu ada dan banyak membantu dalam segala hal.

Sekali lagi, kuucapkan terimakasih seluas-luasnya kepada kalian orang-orang yang kusayangi dan kucintai dengan sepenuh hati. Semoga Allah Swt senantiasa memberikan perlindungan dan rahmat-Nya kepada kita semua, Aamiin..

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di kota Bandar Lampung pada tanggal 8 Agustus 2000 dari pasangan suami-istri alm. Bapak Wagiran dan Ibu Ir. Isna Tribudi Supriarsanti. Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dan diberi nama yang sangat indah, Elsa Santika Prawintyas.

Penulis memulai menempuh pendidikannya pada tahun 2005 di TK. Negeri Pembina kota Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2006, kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Pahoman Bandar Lampung yang terselesaikan pada tahun 2012. Setelah lulus dari Sekolah Dasar, melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama yaitu di SMP Negeri 16 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2015. Selanjutnya untuk jenjang Sekolah Menengah Atas, penulis menyelesaikannya pada tahun 2018 di SMA Negeri 10 Bandar Lampung.

Pada tahun yang sama yakni di tahun 2018, penulis melanjutkan pendidikannya ke Perguruan Tinggi Islam Negeri di Bandar Lampung yang bernama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (UIN RIL) dengan mengambil Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

KATA PENGANTAR

Dengan ungkapan rasa syukur yang tiada henti-hentinya dan diiringi lantunan tasbih, tahmid, tahlil, serta takbir kepada Allah Swt yang telah memberikan kemudahan dan limpahan rahmat-Nya sehingga penulis mampu dikuatkan sampai tahap akhir studi di Perguruan Tinggi ini dengan terselesaikannya skripsi karya penulis sendiri. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tersampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta pengikutnya sebagai tauladan dan pemberi petunjuk bagi umat-Nya dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang. Semoga syafaatnya senantiasa kita rasakan dan kita dapatkan di dunia maupun akhirat.

Tulisan skripsi yang penulis beri judul **“Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Pesan Dakwah Digital pada akun TikTok @hafiddddd (Studi Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung)”** merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Selanjutnya, skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya pihak-pihak yang memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan kepada penulis untuk menyelesaikannya hingga tahap akhir. Maka dalam kesempatan yang berbahagia ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tiada terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan motivasi kepada para mahasiswa agar dapat menyelesaikan skripsi dan studinya dengan penuh semangat.
2. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag., MA selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengarahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Ade Nur Istiani, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang senantiasa memberikan

- motivasi serta bantuan kepada penulis dalam prosedur penyelesaian skripsi ini mulai dari seminar hingga sidang akhir.
4. Pembimbing I, Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si yang sudah menyediakan waktunya dalam mengarahkan serta memberikan saran dan masukan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
 5. Pembimbing II, Bapak Subhan Arif, S.Ag., M.Ag yang sangat membantu penulis dengan arahan-arahan dan masukan yang membangun serta kesabarannya dalam memberikan bimbingan sejak penulis mulai menyusun skripsi sampai kepada akhir dari penyusunan skripsi ini.
 6. Seluruh staff dan dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan segenap bantuannya selama proses penyelesaian studi di kampus ini.
 7. Pimpinan dan seluruh staff perpustakaan UIN Raden Intan Lampung baik perpustakaan fakultas ataupun perpustakaan umum yang telah memberikan ruang seluas-luasnya bagi penulis untuk dapat mencari sumber-sumber buku sebagai referensi penulis dalam memperkaya teori-teori di skripsi penulis.
 8. Mahasiswa KPI angkatan 2018 yang telah bersedia dan menyempatkan waktunya untuk membantu penulis mendapatkan sejumlah data atau informasi yang tentunya diperlukan penulis dalam penelitian di skripsi ini.
 9. Sahabat seperjuangan yang senantiasa memberi arahan untuk penyelesaian skripsi ini, Anita Putri Utami, Ismaida, Febi Mulyani, Ria Angelia, Nur Adyilia, Sella Andina, dan Yulianti Erlinda, serta seluruh keluarga besar KPI C angkatan 2018. Terimakasih sudah bersama-sama berproses di kampus ini dan terimakasih atas persahabatan yang penuh canda dan tawa. Serta untuk nama yang telah disebutkan, terimakasih sudah memberikan bantuan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
 10. Alamamaterku tercinta Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung tempat dimana penulis mendapatkan pembelajaran bukan hanya tentang akademik tetapi juga tentang kehidupan.

11. Segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang juga telah memberikan sumbangsih kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan yang telah berbagai pihak berikan kepada penulis dapat kembali dengan rahmat dan karunia yang lebih luas dari Allah Swt. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kepada para pembaca agar kiranya dapat memberikan masukan serta saran yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini sehingga bisa lebih baik lagi.

Bandar Lampung, 13 Maret 2023

Penulis



Elsa Santika Prawintyas

NPM. 1841010217

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Studi Pustaka	9
H. Metode Penelitian.....	12
I. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II PERSEPSI DAN KONSEP DAKWAH DIGITAL	19
A. Persepsi	19
1. Pengertian Persepsi.....	19
2. Syarat Terjadinya Persepsi	21
3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Persepsi	21
4. Proses Pembentukan Persepsi.....	23
5. Jenis-Jenis Persepsi	24
6. Sifat-Sifat Persepsi	27
7. Sifat Rangsangan terhadap Persepsi	28
B. Konsep Dakwah Digital.....	29
1. Pengertian Dakwah.....	29
2. Dasar Hukum Dakwah	32
3. Unsur-Unsur Dakwah.....	33

4. Tujuan Dakwah	36
5. Dakwah di Era Digital	37

BAB III PESAN DAKWAH DIGITAL PADA AKUN

TIKTOK @HAFIIDDDDD	39
A. Profil KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi...	39
1. Sejarah Singkat UIN Raden Intan Lampung.....	39
2. Mahasiswa Prodi KPI UIN Raden Intan Lampung	42
B. Pesan Dakwah Hafiid Ramdhani Pratama	42
1. Biografi Hafiid Ramdhani Pratama	42
2. Gambaran Umum TikTok @hafiidddd.....	44
3. Pesan Dakwah pada Akun TikTok @hafidddd...	45
C. Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Pesan Dakwah Digital pada Akun TikTok @hafidddd.....	46

**BAB IV PERSEPSI MAHASISWA KPI TERHADAP
PESAN DAKWAH DIGITAL PADA AKUN**

TIKTOK @HAFIIDDDDD (Sudi Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung)	55
A. Persepsi Mahasiswa KPI Terhadap Pesan Dakwah Digital pada Akun TikTok @hafiidddd	55

BAB V PENUTUP..... 58

A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Data Mahasiswa KPI yang Mengakses Akun TikTok @hafiddddd
- Lampiran 2: Pedoman Wawancara
- Lampiran 3: Dokumentasi
- Lampiran 4: Surat Penetapan Judul
- Lampiran 5: Surat Perubahan Judul
- Lampiran 6: Surat Izin Penelitian
- Lampiran 7: Surat Bebas Plagiasi
- Lampiran 8: Turnitin

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Guna mendapatkan gambaran awal yang jelas, maka penegasan judul ini mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan judul yang penulis teliti supaya tidak terjadi kesalahpahaman dalam penafsiran makna terhadap judul tersebut. Penelitian ini berjudul “**Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Pesan Dakwah Digital pada Akun TikTok @hafiddddd (Studi Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung)**”. Berikut adalah beberapa istilah penting yang perlu penulis definisikan dalam judul tersebut.

Persepsi adalah suatu proses yang berasal dari penggunaan panca indera dalam menerima stimulus, kemudian diorganisasikan dan diinterpretasikan sehingga memiliki pemahaman tentang apa yang diindera.¹ Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi dapat dikatakan sebagai sebuah tanggapan atau penerimaan langsung terhadap sesuatu.² **Mahasiswa** adalah orang atau peserta didik yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi.³

Berdasarkan definisi di atas, **persepsi mahasiswa** yang penulis maksud di dalam penelitian ini adalah sudut pandang atau pendapat mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung dalam melihat serta mengartikan sebuah hal yang menjadi perhatian dan kemudian ditafsirkan sehingga menghasilkan sebuah tanggapan.

Pesan adalah sebuah produk dari komunikator yang kemudian disampaikan kepada publik atau komunikan, baik dilakukan secara langsung

¹Much. Fuad Saifuddin, “*E-Learning* dalam Persepsi Mahasiswa,” *Jurnal Varia Pendidikan*, Vol. 29, no. 2 (2017): 103, <https://doi.org/10.23917/varidika.v29i2.5637>

²Dendy Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), h. 1167

³*Ibid.*, h.895

maupun melalui berbagai macam media. Pada umumnya, pesan diikuti oleh motif komunikator yang berarti setiap penyampaian pesan memiliki tujuan.⁴ **Dakwah Digital** adalah proses transformasi ajaran dan nilai-nilai Islam yang disampaikan seseorang atau sekelompok da'I kepada para mad'u dengan memanfaatkan teknologi internet supaya orang yang menerima transformasi ajaran dan nilai-nilai Islam itu mendapatkan pencerahan iman serta perbaikan sikap dan perilaku yang Islami.⁵

Pesan dakwah digital yang dimaksud adalah sebuah kata-kata yang disampaikan komunikator dalam hal ini oleh seorang da'I untuk menyebarkan ajaran agama secara *online* kepada mad'u melalui berbagai *platform* media digital. Salah satunya pesan dakwah yang diunggah oleh akun @hafidddd pada portal aplikasi TikTok.

Akun TikTok @hafidddd adalah sebuah akun TikTok yang aktif mempublikasikan konten berisi pengingat, motivasi, dan ajaran-ajaran Islam yang banyak dihubungkan dengan kehidupan atau apa yang sering terjadi di kalangan anak muda.

Berdasarkan dari uraian-uraian judul yang telah penulis jabarkan di atas, maka dapat dipahami bahwa pembahasan di dalam penelitian ini adalah sebuah penelitian yang berupaya dalam mengetahui berbagai sudut pandang mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dengan *studi* kepada mahasiswa angkatan 2018 terhadap pesan dakwah pada akun TikTok @hafidddd, serta penulis juga ingin mengetahui apakah hadirnya akun TikTok @hafidddd ini dengan pesan dakwah yang disampaikannya membuat mahasiswa KPI angkatan 2018 tergerak untuk mengisi waktu mudanya dengan menjadi anak muda yang bertaqwa kepada Allah SWT.

⁴Andrik Purwasito, "Analisis Pesan," *Jurnal The Messenger*, Vol. 9, no. 1 (2017): 105, <http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v9i1.434>

⁵Yasril Yazid dan Nur Alhidayatillah, *Dakwah dan Perubahan Sosial* (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2017), h. 4

B. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital yang kita lihat dalam kehidupan saat ini bermula dari proses sederhana yang terdapat di kehidupan sehari-hari sampai kepada taraf pemenuhan kepuasan baik sebagai individu atau makhluk sosial. Dari zaman dahulu hingga zaman sekarang yang dikenal dengan zaman digital, teknologi terus berkembang dan mengalami kemajuan. Runtutan perkembangan teknologi dimulai dari era teknologi pertanian, era teknologi industri, era teknologi informasi, sampai pada era teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi ini tentunya membawa banyak sekali dampak untuk kehidupan bermasyarakat dan setiap individu sudah pasti tertarik dalam memanfaatkan serta menggunakan teknologi digital ini.⁶

Teknologi digital dengan adanya jaringan internet yang mendunia dan mudah diakses, menjadikan masing-masing individu bisa saling bertukar data serta informasi dengan jangkauan yang tak terbatas.⁷ Akibat dari perkembangan teknologi yang sangat pesat, membuat beraneka ragamnya jenis jejaring media sosial yang bermunculan untuk memberi kemudahan komunikasi oleh satu pihak dengan pihak lainnya.⁸

Media sosial sudah menjadi sebuah kebutuhan yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia sebagai wadah dalam berinteraksi dengan banyak orang, berkomentar secara terbuka, dan tempat berbagi informasi atau berita secara cepat.⁹ Situs *Techinasia* melalui risetnya mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia mengalami perubahan yang signifikan terkait penggunaan media dari media tradisional ke media *online*. Situs ini juga mengungkapkan, hingga tahun 2013

⁶Muhamad Danuri, "Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital," *Jurnal Ilmiah Infokam*, Vol. 15, no. 2 (2019): 117, <https://doi.org/10.53845/infokam.v15i2.178>

⁷Ibid.

⁸Demmy Deriyanto dan Fathul Qorib, "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang terhadap Penggunaan Aplikasi TikTok," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 7, no. 2 (2018): 77, <https://doi.org/10.33366/jisip.v7i2.1432>

⁹Ibid.

tercatat kurang lebih 74,6 juta penduduk Indonesia menggunakan internet dan sekitar 32% dari jumlah tersebut memakai internet lebih dari 3 jam setiap harinya.¹⁰ Berdasarkan data yang dikemukakan oleh situs *Techinasia*, media sosial Twitter, Facebook, dan Instagram merupakan situs yang sering sekali diakses oleh masyarakat Indonesia. Ketiga media sosial ini tidak hanya digunakan sebagai jejaring pertemanan individual, tetapi dapat dipergunakan untuk menggerakkan serta memobilisasi massa.¹¹

Media sosial yang belakangan ini sangat terkenal melebihi Twitter, Facebook, dan Instagram adalah media sosial TikTok. TikTok adalah sebuah jejaring media sosial yang memungkinkan penggunaanya dalam berkreasi serta saling berbagi berbagai video menarik dan berinteraksi dengan banyak orang dikolom komentar. *Special effect* yang dihadirkan dalam *platform* ini membuat seluruh penggunaanya mampu menghasilkan sebuah video keren.¹² TikTok menjadi aplikasi yang banyak diunduh dengan *rating* 4,4 dari 5 penilaian bintang di PlayStore dan sudah *download* sebanyak 500juta pengguna. Banyak sekali konten video yang disuguhkan pada aplikasi TikTok, mulai dari resep masakan, *makeup*, *tips and trik*, olahraga, musik, komedi, bahkan saat ini konten mengenai dakwah atau konten-konten Islami sudah dengan mudah kita temukan disini.

Seiring perkembangan zaman, tidak bisa dipungkiri bahwa kehadiran teknologi yang semakin canggih mempunyai pengaruh besar dalam kehidupan setiap insan. Salah satu aspek kehidupan yang juga mengalami kemajuan teknologi ialah perkembangan media dakwah. Pada era globalisasi ini, dakwah menghadapi banyak sekali tantangan yang berat, terutama akibat dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh karena itu, kajian terhadap pengembangan konsep

¹⁰Akhmad Rofahan, dkk., *Media Sosial: Masa Depan Media Komunitas?* (Yogyakarta: Combine Resource Institution, 2014), h. 9

¹¹*Ibid.*, h. 10

¹²Deriyanto dan Qorib, "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang terhadap Penggunaan Aplikasi TikTok," h. 78

dakwah dan gerakan dakwah harus terus dievaluasi secara intensif, agar dakwah bisa berjalan beriringan dengan kemajuan teknologi.¹³

Dalam kehidupan sehari-hari, kita selalu menjumpai aktivitas dakwah di berbagai acara keagamaan seperti pada acara peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW, Isra Mi'raj, khutbah Jum'at, bahkan saat ini aktivitas dakwah atau yang biasa kita sebut dengan ceramah, telah banyak dilakukan oleh pendakwah pada masing-masing wilayah tempat tinggal dalam bentuk pengajian rutin.

Namun setelah perkembangan teknologi inilah, dakwah dan media sosial menjadi tak terpisahkan. Aktivitas dakwah sangat diuntungkan dengan adanya media sosial, karena pesan dakwah dapat dengan mudah disampaikan kepada *mad'u*. Seperti halnya pada aplikasi TikTok, tersebar berbagai macam konten dakwah yang dapat kita pilih dan kita dengar.

Dakwah dapat kita maknai sebagai upaya dalam menciptakan sebuah kondisi yang kondusif agar terjadi perubahan pemikiran, keyakinan, perilaku serta sikap yang tentunya lebih Islami. Melalui aktivitas dakwah ini, seorang atau sekelompok orang akan melakukan upaya dalam merubah sikap dan perilaku *mad'u* atau khalayak ke arah yang lebih positif. Positif yang dimaksud ialah perilaku yang sesuai dengan ajaran dan nilai-nilai Islam.¹⁴ Pandangan ini menegaskan bahwa dakwah merupakan tugas mulia, tugas besar, dan tugas penting yang sudah dilaksanakan oleh para nabi semenjak zaman Nabi Adam As sampai kepada zaman Nabi Muhammad SAW.¹⁵ Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Ali-'Imran ayat 3 dan surat Al-Qashash ayat 87:

¹³Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*

¹⁴Yazid dan Alhidayatillah, *Dakwah dan Perubahan Sosial*

¹⁵Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015), h. 2

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
 وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٤﴾

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”. (Q.S. Ali-‘Imran [3]: 104)

وَلَا يَصُدُّنَا عَنْ آيَاتِ اللَّهِ بَعْدَ إِذْ أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكُتُبَ وَاللَّهُ يَسْمَعُ السَّمْعَ كُلَّ حَرْفٍ
 وَمِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴿٨٧﴾

“Dan janganlah sekali-kali mereka dapat menghalangimu dari (menyampaikan) ayat-ayat Allah, sesudah ayat-ayat itu diturunkan kepadamu, dan serulah mereka kepada (jalan) Tuhanmu, dan janganlah sekali-sekali kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Tuhan”. (Q.S. Al-Qashash [28]: 87)

Dakwah yang dikemas dalam sebuah konten TikTok, ternyata mendapatkan perhatian dari para penggunanya. Dimana dakwah yang sebelumnya terkesan monoton dalam segi penyampaiannya, kini penyampaian pesan dakwah menjadi lebih modern dengan mengikuti trend yang sedang berkembang di masyarakat khususnya di kalangan anak muda.

Melihat fenomena yang terjadi di masyarakat khususnya di kalangan anak muda terhadap penerimaan dakwah, mengharuskan *da’I* untuk pandai dalam mengelola teknologi sebagai media dakwahnya sehingga dapat membangun kelekatan, komunikasi, dan interaksi yang lebih luas. *Da’I* yang mempunyai kemampuan dalam memanfaatkan pembaharuan teknologi sebagai pendekatan dakwahnya, membuat *Da’I* menjadi populer, memiliki jamaah yang banyak, dan penyampaian pesan dakwah menjadi lebih mudah diterima oleh masyarakat khususnya bagi kalangan anak muda yang erat kaitannya dengan teknologi digital.¹⁶

¹⁶Wahyu Budiantoro, “Dakwah di Era Digital,” h. 265

Pada era modern ini, penyampaian ajaran-ajaran Islam tidak hanya dilakukan oleh para ulama. Siapa saja dan dimana saja, semua umat muslim dapat mensyiarkan ajaran Islam. Saat ini, masyarakat tidak hanya mengandalkan ulama sebagai satu-satunya sumber dalam mendapatkan ajaran-ajaran keagamaan. Masyarakat dapat memperoleh ajaran keagamaan melalui televisi, surat kabar, buku, majalah, buletin, dan *handphone*. Bahkan saat ini, media sosial TikTok menempati posisi teratas dalam pencarian informasi baik yang bersifat umum maupun seputar keagamaan.¹⁷

Salah satu akun TikTok dakwah yang eksis di kalangan anak muda adalah akun TikTok dengan *username* @hafiddddd. Akun ini terkenal karena mempublikasikan atau mengunggah konten berisi pesan dakwah dengan konsep yang banyak disukai oleh anak muda. Bahkan, beberapa kali kontennya tersebut muncul di *fyp* (*for your page*) TikTok. @hafiddddd sudah memiliki *followers* sebanyak 1.3 juta pengikut di TikTok dan *viewers* dalam satu postingannya ada yang mencapai 14.2 juta dan *like* sebanyak 2.3 juta.

Munculnya aplikasi TikTok dan hadirnya akun milik Hafid Ramdhani Pratama telah membawa perubahan dalam penerimaan dakwah di kalangan anak muda. Anak-anak muda menjadi gemar mendengarkan dakwah berkat konten yang diposting oleh akun @hafiddddd. Melalui akun ini, penyampaian dan penerimaan pesan dakwah di kalangan anak muda menjadi lebih efektif.

TikTok @hafiddddd sangat familiar di kalangan anak muda tak terkecuali di kalangan mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Raden Intan Lampung angkatan 2018. Cara dan konsep @hafiddddd dalam menyampaikan dakwah serta mengemas pesan dakwahnya cukup mencuri perhatian mahasiswa. Materi dakwah yang @hafiddddd bawakan juga benar-benar sebuah bahasan yang sangat dekat dengan kehidupan mahasiswa atau sesuatu yang banyak terjadi di diri mahasiswa dan sering kita jumpai di dalam kehidupan masyarakat, seperti mengenai ibadah, akhlak, dan aqidah.

¹⁷Ibid., h. 264

Hal ini yang pada akhirnya membuat sebanyak 63 orang dari mahasiswa KPI angkatan 2018 aktif mengakses akun TikTok @hafiddddd setiap harinya.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap berbagai sudut pandang mahasiswa KPI angkatan 2018 terhadap hadirnya akun TikTok @hafiddddd sebagai dakwahnya kaum milenial beserta pesan dakwah yang disampaikan dengan penelitian yang penulis beri judul “Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Pesan Dakwah Digital pada Akun Tiktok @hafiddddd”.

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

1. Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi prodi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2018.

2. Sub Fokus Penelitian

Sub fokus dari penelitian ini adalah persepsi atau sudut pandang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi prodi Komunikasi Penyiaran Islam terhadap pesan dakwah yang diunggah oleh akun @hafiddddd di TikTok.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yakni bagaimanakah persepsi mahasiswa KPI terhadap pesan dakwah yang disampaikan dan dipublikasikan oleh akun @hafiddddd di aplikasi TikTok?

E. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya, sebuah penelitian dilakukan untuk menemukan serta mengembangkan suatu pengetahuan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa KPI terhadap pesan dakwah yang disampaikan dan dipublikasikan oleh akun @hafiddddd di aplikasi TikTok.

F. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian tentunya dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pihak lain yang membutuhkan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu pengetahuan mengenai penggunaan media baru dalam berdakwah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para *da'I* atau pendakwah dalam menentukan media, materi, dan pengaplikasian dakwah yang mudah diterima dan disukai oleh anak muda. Serta penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

G. Studi Pustaka

Terdapat beberapa kajian penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan judul yang penulis bahas. Penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Rizki Hakiki pada tahun 2016 dengan judul **“Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanpage Facebook Kh. Abdullah Gymnastiar)”**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, sedangkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode etnografi. Etnografi virtual ialah metode yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial ataupun kultur yang ada di ruang siber. Hasil kajian dari penelitian ini adalah dakwah yang dilakukan oleh Kh. Abdullah Gymnastiar di fanpage Facebook-nya, terjadi komunikasi timbal balik antar *mad'u*. Jadi *mad'u* disini tidak hanya menjadi konsumen, melainkan bisa menjadi seorang produsen yang saling berinteraksi dengan *mad'u* lainnya. Penelitian Rizki Hakiki lebih mengarah kepada pemanfaatan fanpage Facebook sebagai fenomena baru dalam berdakwah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Rani Suryani pada tahun 2017 dengan judul **“Fungsi Whatsapp Grup Shalihah Cabang Bandar Lampung sebagai Pengembangan Media Dakwah dalam Membentuk Akhlakul Karimah”**. Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan dengan sifat penelitian deskriptif, sedangkan sebagai alat untuk mengumpulkan datanya digunakan metode interview, observasi, dan dokumentasi serta menggunakan cara berpikir deduktif. Hasil penelitian lapangan yang diperoleh adalah Whatsapp Grup Shalihah memberikan dampak yang positif bagi anggotanya. Terdapat efek-efek yang ditimbulkan seperti efek kognitif atau wawasan pengetahuan anggota, efek afektif atau kesadaran sikap anggota, dan efek behavioral atau perilaku anggota dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian, fungsi Whatsapp Grup Shalihah berlangsung secara baik antara para *da’I* dan *mad’u* yang berbeda negara, walaupun dalam penyampaianya tetap mengalami beberapa kendala seperti koneksi jaringan yang tidak stabil, tempat, dan ketersediaan anggota untuk mengikuti pengajian. Penelitian Rani Suryani ini lebih mengarah kepada pemanfaatan Whatsapp Grup sebagai pengembangan media dakwah.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Hari Sakti pada tahun 2018 dengan judul **“Persepsi Ibu-Ibu Pengajian Al-Falah di Desa Air Joman terhadap Ceramah Ustadz Muhammad Nur Maulana dalam Stasiun Televisi Trans TV”**. Penelitian ini ialah penelitian lapangan dengan metode kuantitatif. Digunakan metode angket/kuesioner serta dokumentasi dalam pengambilan datanya. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu dengan penyusunan, perhitungan data, tabulasi, dan menarik kesimpulan. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan beberapa hal mengenai ceramah Ustadz Muhammad Nur Maulana antara lain materi yang beliau sampaikan pada saat ceramah sangat mudah dipahami, bukan seorang *da’I* yang berpaham radikal, dan pembawaan beliau yang humoris membuat pesan dakwahnya selalu diselingi dengan sebuah candaan. Penelitian Hari Sakti ini lebih mengarah kepada persepsi ibu-ibu pengajian Al-Falah terhadap isi pesan dan metode ceramah Ustadz Muhammad Nur Maulana di Trans TV.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Afif Abdul Rosid pada tahun 2020 dengan judul “**Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus Akun Instagram @kajian.ustadz.abdulsomad)**”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampelnya yaitu *random sampling*. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner atau angket serta menggunakan teknik pengolahan data regresi linier sederhana dalam menganalisis data. Hasil kajian dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang kuat antara pengguna media sosial terhadap efektivitas dakwah dengan kontribusi pengaruh sebesar 47,9%. Afif Abdul Rosid lebih memfokuskan penelitiannya pada seberapa besar pengaruh media sosial terhadap efektivitas dakwah.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Ayu Asnani Burhanuddin pada tahun 2020 dengan judul “**Analisis Isi Pesan Dakwah pada Media Sosial Instagram dalam Akun Kartun Muslimah**”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan dakwah melalui Instagram dalam kategori aqidah, syariah dan akhlak mengandung ajakan untuk berbuat kebaikan serta senantiasa memperingati pada akhirat. Dari penelitian ini, Ayu Asnani Burhanuddin juga melakukan tinjauan terhadap respon yang diberikan oleh *mad'u* di kolom komentar akun kartun muslimah tersebut. Penelitian Ayu Asnani Burhanuddin lebih mengarah kepada menganalisis isi pesan dakwah yang terkandung pada konten akun kartun muslimah di Instagram.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu yang relevan diatas, belum terdapat sebuah kajian yang membahas perihal persepsi mahasiswa terhadap konten dakwah digital pada akun TikTok. Maknanya, karya penulis tidak sama dengan keempat karya yang sudah disebutkan sebelumnya. Penulis lebih mengarahkan penelitiannya kepada bagaimana persepsi mahasiswa terhadap dakwah-dakwah yang disampaikan oleh akun @hafiddddd di TikTok. Sedangkan sebagai subjek penelitian, penulis memilih untuk meneliti mahasiswa UIN Raden Intan Lampung, Fakultas Dakwah dan Ilmu

Komunikasi prodi Komunikasi Penyiaran Islam. Dengan demikian, penelitian yang penulis lakukan tentunya berbeda dan dapat diteliti lebih jauh.

H. Metode Penelitian

Pada dasarnya, metode penelitian ialah cara ilmiah dalam mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah merupakan aktivitas atau kegiatan penelitian yang akan dilakukan didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian menggunakan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang digunakan bisa diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati serta mengetahui cara-cara yang dipakai dalam suatu penelitian. Sistematis berarti proses yang digunakan pada penelitian menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis.¹⁸

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Tak jarang, penelitian kualitatif juga sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Objek alamiah berarti objek berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti, dan kehadiran peneliti tidak akan mempengaruhi objek tersebut.¹⁹ Menurut John. W. Creswell, penelitian kualitatif merupakan sebuah proses penyelidikan untuk mengetahui masalah sosial atau masalah manusia yang dibentuk dengan menggunakan kata-kata dan pandangan dari informan serta dilaporkan secara terperinci.²⁰ Penelitian kualitatif menitikberatkan kepada pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi perihal suatu fenomena yang disajikan

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 2

¹⁹Ibid., h. 7-8

²⁰Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development* (Jambi: Pustaka Jambi, 2017), h. 86

secara narratif.²¹ Sifat dari penelitian ini ialah menganalisis dan menggambarkan secara objektif dan seksama mengenai keadaan, kegiatan, maupun peristiwa.²² Maka dalam hal ini, peneliti berusaha menggambarkan secara luas dan mendalam dari berbagai sudut pandang tentang peran dakwah dan kehadiran konten dakwah pada akun Tiktok @hafidddd di kalangan anak muda terutama mahasiswa.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan dalam menemukan pengetahuan yang seluas-luasnya terhadap objek penelitian. Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan suatu keadaan, objek, dan peristiwa yang dijelaskan dengan kata-kata maupun angka.²³

3. Setting dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung. dengan subjek penelitiannya adalah mahasiswa program studi KPI angkatan 2018 yang sering mengakses konten TikTok @hafidddd.

4. Sumber Data

Pada dasarnya sebuah penelitian mempunyai tujuan dalam mencari pemecahan masalah. Setiap masalah bisa dipecahkan apabila didukung oleh data yang akurat dan relevan. Tanpa dukungan data, tujuan penelitian yang hendak dicapai tak akan mungkin terwujud.²⁴ Pada umumnya, sumber data yang digunakan pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Data primer yaitu sebuah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama, bisa melalui observasi maupun dengan

²¹A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), h. 329

²²Imas Mutiawati, "Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)" (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2018), h. 11

²³Samsu, *Metode Pnelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*, h. 65

²⁴Ibid., h. 94

wawancara yang dilakukan kepada responden dan informan.²⁵ Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara mendalam dengan informan (mahasiswa) mengenai persepsi mereka terhadap dakwah di TikTok. Adapun informan pada penelitian ini adalah mahasiswa KPI angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung dengan kriteria yang penulis tentukan sebagai berikut:

- a) Mahasiswa KPI angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung yang mempunyai akun TikTok
- b) Mahasiswa KPI angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung yang mengetahui akun TikTok @hafiddddd
- c) Mahasiswa KPI angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung yang aktif mengakses akun TikTok @hafiddddd lebih dari 5 kali dalam seminggu.

Dengan demikian, maka yang menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah 16 orang mahasiswa KPI angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung.

- b. Data sekunder yaitu sebuah data yang didapat dari sumber kedua selain dari yang diteliti, tujuannya untuk memberikan dukungan terhadap penelitian yang dilakukan. Data sekunder juga dikatakan sebagai data pelengkap, dimana data tersebut dapat digunakan dalam memperkaya data agar data benar-benar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti dan mencapai titik jenuh. Data sekunder dapat diperoleh dari sejumlah literatur seperti majalah, buku, karya ilmiah, dan lain sebagainya yang memiliki relevansi dengan penelitian.²⁶

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan upaya untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam pengumpulan data ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

- a. Wawancara (*Interview*)

Metode ini ialah metode yang digunakan untuk memperoleh data melalui wawancara langsung antara penulis dengan orang yang

²⁵Ibid.

²⁶Ibid.

akan memberikan informasi menggunakan daftar pertanyaan. Wawancara dipakai untuk lebih mendalami data yang diperoleh dari hasil observasi. Objek wawancara dari penelitian ini yakni mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dalam cakupan penelitian tentang persepsi terhadap konten dakwah digital pada akun TikTok @hafiddddd.

b. Observasi

Metode observasi ialah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diteliti dengan maksud untuk mendapatkan data sebagai pemecahan masalah yang dihadapi.²⁷ Dalam hal ini, penulis melakukan observasi terhadap mahasiswa KPI yang aktif dalam mengakses dan melihat konten dakwah @hafiddddd di TikTok.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan mencari data berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.²⁸ Pada penelitian ini, dokumentasi berasal dari hasil wawancara dengan informan.

6. Teknik Analisa Data

Analisis data bertujuan untuk menjadikan data dapat dimengerti, sehingga nantinya hasil penemuan dapat dikomunikasikan kepada orang lain serta dapat membantu meringkas data dalam menghasilkan kesimpulan.²⁹ Penelitian ini menggunakan analisis data *flow chart analysis*. Model analisis data *flow chart analysis* atau analisis data mengalir adalah teknik analisis data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif.³⁰ Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan tiga macam tahapan, yakni:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data ialah suatu proses bagaimana untuk menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan juga mentransformasikan data mentah yang ada dalam penulisan catatan

²⁷Ibid., h. 98

²⁸Ibid., h. 99

²⁹Ibid., h. 103-104

³⁰Ibid., h. 106

lapangan. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang tajam, ringkas, terfokus, membuang data yang dianggap tidak penting serta mengorganisasikan data sebagai suatu cara untuk menggambarkan dan memverifikasi kesimpulan akhir. Reduksi data termasuk aktivitas pengorganisasian data yang dapat memudahkan peneliti untuk melakukan analisis selanjutnya. Sejumlah data yang diperoleh di lapangan akan direduksi dengan merangkum dan mengklasifikasikannya sesuai dengan fokus penelitian.

b. Display atau Penyajian Data

Biasanya bentuk *display* data kualitatif itu menggunakan bentuk teks narasi. Dengan demikian, sajian atau tampilan data (*display data*) merupakan upaya peneliti untuk mendapatkan gambaran dan penafsiran dari data yang telah diperoleh serta hubungannya dengan fokus penelitian yang dilaksanakan.³¹

c. Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan

Verifikasi atau penarikan kesimpulan adalah kegiatan merumuskan kesimpulan penelitian, baik kesimpulan sementara maupun kesimpulan akhir. Kesimpulan sementara dapat dibuat berdasarkan data yang ditemukan pada saat penelitian berlangsung dan kesimpulan akhir dapat dibuat setelah seluruh data penelitian dianalisis.

7. Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk mendapatkan keterpercayaan terhadap sebuah data, tentunya dibutuhkan teknik pemeriksaan keabsahan data. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan cara pengujian keabsahan data dengan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan observasi, triangulasi, dan diskusi bersama teman.

a. Perpanjangan keikutsertaan

Melalui perpanjangan keikutsertaan ini, penulis dapat menentukan sebuah distorsi yang terjadi dalam penelitian dengan terjun langsung ke lokasi.

³¹Ibid.

b. Triangulasi

Triangulasi digunakan dalam pemeriksaan keabsahan data untuk menghilangkan bias antara pemahaman penulis dengan pemahaman subjek penelitian. Triangulasi memanfaatkan hal-hal lain yang ada diluar data untuk melakukan pengecekan atau digunakan sebagai pembanding terhadap data tersebut.

c. Diskusi dengan teman

Teknik ini digunakan oleh penulis untuk membangun keterpercayaan atau kredibilitas hasil penelitian. Penulis akan mengekspos hasil penelitian yang didapat kepada teman-temannya dengan melakukan sebuah diskusi. Melalui teknik diskusi ini, penulis diharapkan memperoleh sebuah sumbangan pertanyaan dan saran yang membangun dalam membantu penulis untuk meninjau keabsahan data.³²

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ditujukan untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, maka perlu ditentukan sistematika pembahasan. Sistematika pembahasan pada skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang deskripsi atau uraian mengenai penegasan judul, alasan memilih judul, latar belakang masalah, fokus dan sub fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II PERSEPSI DAN KONSEP DAKWAH DIGITAL

Bab ini berisi deskripsi terhadap teori-teori yang dapat dijadikan sebagai landasan dalam mendukung studi penelitian ini. Diantaranya adalah teori mengenai definisi persepsi, syarat

³²Ibid., 100-103

terjadinya persepsi, faktor yang mempengaruhi persepsi, proses pembentukan persepsi, jenis-jenis persepsi, sifat-sifat persepsi, sifat rangsangan terhadap persepsi, serta teori konsep dakwah digital di antaranya definisi dakwah, dasar hukum dakwah, unsur-unsur dakwah, tujuan dakwah, dan dakwah di era digital.

BAB III PESAN DAKWAH DIGITAL PADA AKUN TIKTOK @HAFIIDDDDD

Bab ini berisi deskripsi mengenai profil UIN Raden Intan Lampung, mahasiswa prodi KPI, pesan dakwah Hafiid Ramdhani Pratama, dan juga hasil dari penelitian yang telah dilakukan kepada mahasiswa KPI angkatan 2018 mengenai persepsi mereka terhadap pesan dakwah digital pada akun TikTok @hafiidddd.

BAB IV PERSEPSI MAHASISWA KPI TERHADAP PESAN DAKWAH DIGITAL PADA AKUN TIKTOK @HAFIIDDDDD

Bab ini berisi tentang data-data hasil analisis terhadap berbagai persepsi mahasiswa yang telah penulis lakukan pada bab sebelumnya. Mencakup analisis terkait persepsi mahasiswa terhadap pesan dakwah @hafiidddd.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi hasil simpulan dan saran terhadap keseluruhan dari bab awal hingga akhir.

BAB II

PERSEPSI DAN KONSEP DAKWAH DIGITAL

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi dapat didefinisikan dalam arti sempit dan arti luas. Dalam arti sempit, persepsi adalah bagaimana seseorang melihat sesuatu (penglihatan). Sedangkan dalam arti luas, persepsi adalah bagaimana seseorang memandang dan mengartikan sesuatu (pandangan atau pengertian). Secara lebih detail, persepsi diartikan sebagai proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi terhadap rangsangan panca indera atau data.¹ Persepsi adalah salah satu aspek psikologis yang digunakan manusia untuk merespon berbagai gejala di sekitarnya. Dalam hal ini, beberapa ahli memiliki definisi yang beragam mengenai persepsi, diantaranya:

- a. Menurut Sugihartono, “Persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata”.
- b. Menurut Waidi, “Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya”.
- c. Menurut Rakhmat, “Persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan”.
- d. Menurut Suharman, “Persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia”.

¹Fitri Yanti, *Psikologi Komunikasi* (Lampung: CV. Agree Media Publishing, 2021), h. 80

- e. Menurut Wood, “Persepsi merupakan proses aktif memilah, menata, dan menafsirkan orang, objek, kejadian, situasi dan aktivitas”.
- f. Menurut Daligulo, “Persepsi diartikan sebagai proses pengamatan seseorang terhadap segala sesuatu di lingkungan dengan menggunakan indera-indera yang dimilikinya sehingga menjadi sadar segala sesuatu yang ada di lingkungan tersebut”.²
- g. Menurut Suwarno, “Persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk, inderawi (*sensory*), dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu”.³
- h. Menurut Keraf, “Persepsi adalah proses dimana kita menafsirkan dan mengorganisasikan pola stimulus dalam lingkungan”.
- i. Menurut Navis, “Persepsi adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seorang individu”.⁴
- j. Menurut Tarmiji, “Persepsi adalah hasil pikiran seseorang dari situasi tertentu”.⁵

Dari beberapa definisi mengenai persepsi yang sudah dikemukakan oleh para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan sebuah proses yang berasal dari hasil pengamatan atau kejadian pada saat tertentu melalui penginderaan dan kemudian ditafsirkan sehingga menghasilkan sebuah tanggapan.⁶ Namun, proses

²Fitri Jayanti dan Nanda Tika Arista, “Persepsi Mahasiswa terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura,” *Jurnal of Management Studiast*, Vol. 12, no. 2 (2018): 207-209, <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4958>

³Nina Siti Salmaniah Siregar, “Persepsi Orang Tua terhadap Pentingnya Pendidikan bagi Anak,” *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, Vol. 1, no. 1 (2013): 12, <https://doi.org/10.31289/jppuma.v1i1.548>

⁴Ibid., h. 13

⁵Priarti Megawanti, Erna Megawati, dan Siti Nurkhaifah, “Persepsi Peserta Didik terhadap PJJ pada Masa Pandemi Covid 19,” *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Vol. 7, no. 2 (2020): 76, <http://dx.doi.org/10.30998/fjik.v7i2.6411>

⁶Nina Siti Salmaniah Siregar, “Persepsi Orang Tua terhadap Pentingnya Pendidikan bagi Anak,” h. 13

persepsi tidak berhenti sampai pada tahap pemberian arti atau makna terhadap objek yang diindera saja, melainkan rangsangan yang diterima atau diperoleh dari lingkungannya akan mempengaruhi perilaku yang ditimbulkan.

2. Syarat Terjadinya Persepsi

Sunarno menjelaskan bahwa persepsi tidak timbul dengan sendirinya, melainkan terdapat syarat-syarat tertentu dalam terjadinya sebuah persepsi, yakni:

- a. Adanya suatu objek yang dipersepsi.
- b. Adanya suatu bentuk perhatian terhadap objek yang merupakan langkah pertama dalam mengadakan persepsi.
- c. Adanya alat indera untuk menerima stimulus.
- d. Syaraf sensoris sebagai alat yang berperan dalam meneruskan stimulus yang diterima ke otak, sehingga dapat menghasilkan respon.⁷

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor yang sangat berpengaruh terhadap proses terjadinya persepsi ialah faktor psikologis. Disamping faktor-faktor lain seperti kejelasan stimulus atau rangsangan, terkadang faktor psikologis ini lebih menentukan bagaimana informasi yang meliputi pesan dan stimulus dipersepsikan. Faktor yang memiliki peran sangat dominan adalah faktor ekspektasi dari diri penerima informasi. Ekspektasi tersebut memberikan kerangka berpikir (*perceptual set* atau *mental set*) yang akan mempersiapkan seseorang untuk mempersepsikan sesuatu. *Mental set* ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- a. Ketersediaan informasi sebelumnya

Ketika seseorang menerima stimulus baru namun tidak ada informasi sebelumnya yang diperoleh terkait stimulus tersebut, maka akan menyebabkan kekacauan seseorang dalam mempersepsi. Misalnya dalam bidang pendidikan, pada saat materi baru akan disampaikan oleh guru atau dosen, terlebih dahulu guru atau dosen

⁷Fitri Jayanti dan Nanda Tika Arista, "Persepsi Mahasiswa terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura," h. 213

akan menyampaikan materi pembelajaran yang telah dipelajari sebelumnya. Sama halnya seperti seseorang yang terlambat datang saat diskusi sudah dimulai, memungkinkan informasi yang ditangkap tidak sama dengan peserta lain yang datang lebih awal di forum diskusi itu.

b. Kebutuhan

Seseorang memiliki kecenderungan dalam mempersepsikan sesuatu berdasarkan kebutuhannya pada saat itu. Hal sederhana di kehidupan sehari-hari misalnya, seseorang akan memiliki kepekaan yang lebih terhadap mencium aroma masakan ketika sedang lapar daripada seseorang yang baru saja makan.

c. Hasil dari proses belajar (pengalaman)

Pengalaman sangat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam mempersepsikan sesuatu hal. Pengalaman banyak macamnya, ada pengalaman yang baik dan pengalaman yang buruk. Pengalaman yang baik, misalnya ketika seseorang mempunyai pengalaman yang baik dalam menggunakan pesawat sebagai alat transportasinya untuk bepergian karena cepat sampai dan pelayanannya baik, orang tersebut akan mempersepsikannya sebagai sebuah pengalaman yang baik, walaupun banyak orang yang takut naik pesawat. Contoh lain, ketika seseorang memiliki pengalaman yang buruk karena ditipu oleh rekan kerjanya, orang tersebut akan mempersepsikan rekan kerja lain yang mendekatinya dengan kecurigaan tertentu.⁸ Persepsi yang dipengaruhi oleh pengalaman tidak selalu melalui proses belajar formal, melainkan bisa melalui pengalaman sehari-hari seperti pada contoh diatas.⁹ Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengalaman merupakan sebuah peristiwa atau kejadian yang telah lalu dan pernah dialami oleh seseorang, sehingga orang tersebut dapat memberikan tanggapan terhadap objek.¹⁰

⁸Ibid., h. 212

⁹Fitri Yanti, *Psikologi Komunikasi*, h. 86

¹⁰Tri Inda Fadhila Rahma, "Persepsi Masyarakat Kota Medan terhadap Penggunaan *Financial Technology (Fintech)*," *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. 3, no. 1 (2018): 647, <http://dx.doi.org/10.30821/ajei.v3i1.1704>

Faktor psikologis lainnya yang juga berperan dalam terjadinya persepsi antara lain:

a. Emosi

Emosi dapat mempengaruhi seseorang untuk menerima dan mengelola sebuah informasi pada saat tertentu. Sebagai contoh, ketika seseorang sedang tertekan, ada kemungkinan orang tersebut akan mempersepsikan lelucon yang diberikan oleh temannya menjadi sebuah penghinaan.

b. Stimulus

Stimulus yang terlihat atau *eye catching*, akan lebih dahulu dalam mempengaruhi persepsi seseorang. Seperti sebuah gambar yang besar, warna yang kontras, suara yang kuat, dan sesuatu yang belum pernah dilihat sebelumnya, lebih memiliki daya tarik bagi seseorang untuk memperhatikannya dan menjadi fokus dari persepsi yang ditimbulkan. Contoh lain di dalam kehidupan sehari-hari yang sering kita jumpai adalah ketika seseorang memperkenalkan diri dengan cara yang baik dan positif, maka akan menimbulkan persepsi yang baik pula terhadap orang tersebut. Hal ini tentunya akan sangat mempengaruhi cara pandang selanjutnya.

4. Proses Pembentukan Persepsi

Menurut Keraf, proses terbentuknya sebuah persepsi didasari oleh beberapa tahapan, yakni:

a. Penerimaan rangsangan

Pada proses penerimaan rangsang ini, individu menerima rangsangan yang didapatkan dari berbagai sumber. Seseorang akan lebih senang untuk memperhatikan sumber yang satu daripada sumber lainnya, apabila sumber tersebut memiliki kedudukan yang lebih dekat atau dianggap lebih menarik bagi seseorang yang melihatnya.

b. Proses menyeleksi rangsang

Setelah rangsangan tersebut diterima, proses selanjutnya ialah rangsangan yang diterima akan diseleksi. Pada tahap ini, rangsangan terlibat dalam proses perhatian. Stimulus itu diseleksi agar dapat diproses lebih lanjut.

c. Proses pengorganisasian

Rangsangan atau stimulus yang diterima, selanjutnya akan diorganisasikan menjadi suatu bentuk.

d. Proses penafsiran

Pada tahap ini, setelah stimulus/rangsangan/data diterima dan diatur, si penerima rangsang akan menafsirkan data itu dengan berbagai pilihan cara. Setelah data itu dipersepsikan, maka dapat dikatakan bahwa proses persepsi sudah terjadi. Karena pada dasarnya, persepsi yaitu memberikan arti terhadap berbagai informasi atau rangsangan yang diterima.

e. Proses pengecekan

Setelah data selesai ditafsirkan, si penerima rangsangan akan mengambil beberapa tindakan untuk mengecek apakah yang dilakukan benar atau salah.

f. Proses reaksi

Proses reaksi adalah tahapan terakhir dari proses terjadinya persepsi, yakni menentukan respon yang timbul dari penerimaan stimulus tersebut.¹¹

5. Jenis-Jenis Persepsi

Jenis-jenis persepsi dapat dikategorikan menjadi lima bagian yakni persepsi auditori, persepsi visual, persepsi kinestatik-tactile, persepsi sosial, dan persepsi ekstra sensori. Dari kelima pengklasifikasian tersebut, persepsi auditori, persepsi visual, dan persepsi kinestatik-tactile dapat dikatakan sebagai tiga jenis persepsi yang utama.¹² Penjelasan dari jenis-jenis persepsi diatas akan dijabarkan di bawah ini:

a. Persepsi Auditori

Persepsi auditori merupakan persepsi yang melibatkan pendengaran yakni telinga. Telinga mempunyai kemampuan untuk membedakan suara-suara atau bunyi yang dihasilkan dari nada-nada

¹¹Nina Siti Salmaniah Siregar, "Persepsi Orang Tua terhadap Pentingnya Pendidikan bagi Anak,"

¹²Joanes J., dkk, *Persepsi dan Logik* (Malaysia: Universiti Teknologi Malaysia, 2014), h. 11

tertentu, baik bunyian dari sebuah benda, suara kendaraan, suara hujan, suara hewan, sampai suara orang yang sedang berbicara. Persepsi auditori adalah sebuah kemampuan dalam memproses informasi melalui saluran auditori.¹³

b. Persepsi Visual

Persepsi visual merupakan persepsi yang melibatkan penglihatan yakni mata. Dalam menghasilkan sebuah respon atau persepsi, mata termasuk elemen yang paling penting. Melalui indera penglihatan ini, manusia mampu memberikan kesan, menganalisis warna, bentuk, pola, aktivitas, kedudukan, dan sebagainya. Persepsi visual memiliki kemampuan dalam menterjemahkan sesuatu yang dilihat oleh mata. Namun, persepsi visual bukan semata-mata apa yang dilihat oleh manusia dengan retina matanya. Tetapi lebih mengarah kepada bagaimana menjelaskan persepsi tersebut dari sudut penglihatan manusia. Pembentukan persepsi di dalam pikiran manusia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya latar belakang dan pengalaman manusia sebelumnya. Oleh karena hal itu, persepsi yang dihasilkan oleh setiap individu berbeda-beda satu dengan yang lainnya.¹⁴

c. Persepsi Kinestetik-Tactile

Persepsi kinestetik tactile merupakan persepsi yang melibatkan tiga panca indera yaitu rasa, bau, dan sentuhan. Persepsi kinestetik tactile sangat penting perannya sebagai penyeimbang terhadap persepsi auditori dan persepsi visual. Contoh dari persepsi kinestetik-tactile, antara lain:

1) Stereognosia

Stereognosia merupakan suatu kemampuan dalam mengenal bentuk benda hanya dengan meraba tanpa melihat objek.

2) Topognosia (topostesia)

Topognosia merupakan suatu kemampuan dalam mengenali suatu tempat atau lokasi hanya dengan sentuhan.

¹³Ibid.

¹⁴Ibid., h. 13

3) Grafestesia

Grafestesia merupakan suatu kemampuan dalam mengenal angka atau huruf yang ditulis di kulit dengan mata tertutup.¹⁵

d. Persepsi Sosial

Menurut Wrigthsman dan Deux (1987), “persepsi sosial adalah suatu proses membuat penilaian (*judgement*) atau memberi kesan (*impression*) mengenai berbagai perkara yang terdapat dalam penginderaan seseorang”.¹⁶ Oleh karena itu, persepsi sosial dapat diartikan sebagai sebuah proses dimana seseorang mengetahui, menginterpretasikan, dan melakukan evaluasi kepada orang lain yang dipersepsikan melalui sifatnya, kualitasnya, dan keadaannya, kemudian akan membentuk suatu gambaran mengenai orang yang dipersepsikan itu. Dengan demikian, dalam mempersepsi seseorang, terdapat dua belah pihak yang masing-masing individu saling memiliki kemampuan, perasaan, harapan, dan pengalaman yang berbeda satu dengan yang lainnya. Terdapat tiga elemen dalam persepsi sosial, antara lain:

1) Pribadi

Pembentukan persepsi sosial yang didasarkan kepada penilaian pribadi, seperti pada saat melihat penampilan fisik seseorang. Contohnya: usia, latar belakang etnik, dan berbagai aspek lainnya.

2) Situasi

Situasi didasarkan kepada sebuah pengalaman. Maka semakin banyak pengalaman yang didapatkan oleh seseorang dalam kehidupannya, akan semakin bijak pula persepsi sosial yang terbentuk melalui situasi.

3) Perilaku

Perilaku membutuhkan sesuatu yang dapat diamati dalam mengidentifikasi seseorang. Untuk mengidentifikasi seseorang, kita dapat menguatkan

¹⁵Ibid., h. 15

penilaian terhadap orang tersebut melalui perilaku non-verbal yang timbul.¹⁷

e. Persepsi Ekstra Sensori

Persepsi ekstra sensori merupakan kemampuan seseorang dalam mempersepsi suatu hal diatas panca inderanya. Jenis-jenis dari persepsi ekstra sensori, yaitu:

1) Telepati

Telepati merupakan sebuah kemampuan dalam berkomunikasi tanpa menggunakan alat atau dengan kata lain "*mind to mind communication*". Telepati ialah pemikiran antar orang yang satu dengan yang lain. Maksudnya ialah apa yang kita pikirkan sama dengan seseorang dan pada akhirnya akan menghasilkan suatu kesamaan persepsi. Biasanya, kemampuan bertelepati terjadi apabila antar individu mempunyai hubungan yang dekat.

2) *Clairvoyance*

Clairvoyance ialah sebuah kemampuan yang didapatkan dengan cara berlatih. Contohnya, seorang pesulap dapat membaca pikiran orang lain walaupun dengan jarak yang berjauhan.

3) *Precognition*

Precognition merupakan suatu kemampuan untuk mengetahui sebuah kejadian sebelum peristiwa itu terjadi. Persepsi ini ialah persepsi mengenai kejadian atau peristiwa yang akan datang. Persepsi *precognition* sering terjadi melalui mimpi.¹⁸

6. Sifat-Sifat Persepsi

Menurut Ainon dan Abdullah, persepsi memiliki empat sifat utama, antara lain:

- a. Persepsi sering berubah-ubah tergantung perubahan pada kondisi sekitarnya

¹⁷Ibid., h. 24-25

¹⁸Ibid., h. 27-29

Persepsi seseorang itu dapat berubah sesuai apa yang ada di lingkungan sekitarnya. Jadi, situasi juga berperan dalam mempengaruhi persepsi.

b. Bersifat personal

Pada hakikatnya, persepsi memang bersifat personal. Faktor personal ini disebut juga sebagai faktor psikologis yang dapat mempengaruhi persepsi. Sebagai contoh, pada saat makan di warung yang sama, antara orang A dan orang B punya penilaian berbeda terhadap makanan yang ada di warung tersebut.

c. Bersifat berkesinambungan

Persepsi bersifat berkesinambungan artinya peristiwa yang terjadi pada masa sekarang ialah rangkaian peristiwa yang terjadi di masa lampau.

d. Bersifat selektif

Manusia sejatinya memiliki sifat memilih. Sama halnya ketika seseorang mempersepsikan sesuatu, ia akan cenderung memilih dan mempersepsikan apa yang ada didekatnya serta sesuai dengan kehendak kita. Dalam hal ini, keinginan bisa mempengaruhi persepsi seseorang untuk mengambil keputusan. Orang cenderung menolak sebuah tawaran, jika tawaran tersebut tidak sesuai dengan yang diharapkan.¹⁹

7. Sifat Rangsangan terhadap Persepsi

Tiap-tiap rangsangan yang dilihat atau diterima oleh seseorang tergantung pada keperluan dan perkembangannya. Sifat-sifat rangsangan yang dapat menarik perhatian orang, antara lain:

a. Objek yang bergerak

Seseorang akan memberikan perhatian lebih kepada sebuah objek yang bergerak dalam jarak pandangannya, dibandingkan dengan objek yang statis atau tidak bergerak.

b. Rangsangan atau stimulus yang luar biasa

Panca indera akan lebih cepat terpengaruh pada saat menerima atau memperoleh rangsangan yang luar biasa. Dalam arti

¹⁹ Ibid., h. 30-31

lain, seseorang lebih cepat tertarik terhadap sebuah objek yang luar biasa.

c. Rangsangan yang berlawanan

Rangsangan yang berlawanan juga menjadi pusat perhatian kepada panca indera dan dapat mengubah persepsi seseorang terhadap hal tersebut.

d. Faktor minat

Apabila terdapat sesuatu yang kita sukai dan kita minati, maka sesuatu tersebut akan menjadi pusat perhatian bagi seseorang yang mempunyai minat atau kesukaan dengan sesuatu tersebut.

e. Kontras bentuk

Misalnya dalam hal bentuk tubuh. Jika seseorang memiliki badan yang gemuk, maka ia akan menjadi pusat perhatian apabila berada dipergumpulan orang yang bertubuh kurus. Berlaku juga sebaliknya.

f. Sesuatu yang baru (*novelty*)

Sesuatu yang baru dan belum pernah dilihat sebelumnya, akan menarik perhatian seseorang dibandingkan dengan sesuatu yang sudah pernah kita perhatikan dan kita ketahui sebelumnya.

g. Sesuatu yang menjadi perhatian

Suatu rangsangan atau stimulus yang menjadi pusat perhatian banyak orang, akan menarik perhatian orang lain yang melihatnya. Sebagai contoh, ketika ada orang yang sedang berkerumun, maka seseorang akan tertarik untuk mendekati kerumunan itu dan melihat apa yang ada disana sehingga menjadi pusat perhatian.²⁰

B. Konsep Dakwah Digital

1. Pengertian Dakwah

Istilah da'wah dalam bahasa Arab disebut *mashdar* yang mempunyai arti panggilan, seruan, dan ajakan. Sedangkan dalam bentuk kata kerja, da'wah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, dan *da'watan* yang artinya memanggil, menyeru, serta mengajak. Da'wah sering juga diartikan dengan istilah *ta'lim*, *wasiyah*, *tarbiyah*, *indzhar*,

²⁰Ibid., h. 31-32

*tabsyir, mau'idzoh hasanah, tablig, amr ma'ruf dan nahi munkar.*²¹

Berdasarkan para ahli, dakwah dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Menurut Asep Muhyidin, “Dakwah adalah upaya kegiatan mengajak atau menyeru umat manusia agar berada di jalan Allah (sistem Islami) yang sesuai dengan fitrah dan kehanifannya secara integral, baik melalui kegiatan lisan dan tulisan atau kegiatan nalar dan perbuatan, sebagai upaya pelaksanaan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran spiritual yang sesuai dengan dasar Islam”.²²
- b. Menurut Jalaluddin Rahmat, “Dakwah adalah fenomena sosial yang dirangsang keberadaannya oleh nash-nash agama Islam. Fakta-fakta sosial tersebut dapat dikaji secara empiris terutama pada aspek proses penyampaian dakwah serta internalisasi nilai agama bagi penerima dakwah”.

Dari kedua pendapat ahli diatas, dakwah dapat pula dimaknai sebagai sebuah upaya dalam membangun kondisi yang kondusif, supaya terjadi perubahan keyakinan, pikiran, dan perilaku yang Islami.²³

Setelah mengetahui defenisi dakwah, berikut ini terdapat sejumlah istilah yang amat berkaitan dengan dakwah. Adapun istilah-istilah tersebut antara lain:

a. Tabligh

Tabligh berarti menyampaikan ajaran yang sesuai dengan syariat Islam kepada orang lain atau masyarakat, baik dilakukan menggunakan lisan maupun tulisan. Sedangkan orang bertugas menyampaikan ajaran Islam tersebut biasa dikenal dengan sebutan muballigh.

b. Khutbah

Asal kata dari istilah ini yakni “Khataba” yang berarti berpidato atau mengucapkan. Prof. Dr. H. Aboebakar Atjeh

²¹Yazid dan Alhidayatillah, *Dakwah dan Perubahan Sosial*, h. 3

²²Ibid.

²³Ibid. h.4

menambahkan bahwa khutbah atau yang biasa disebut juga dengan tabligh, dapat kita jumpai pada acara keagamaan, seperti pada khutbah Jum'at. Sedangkan orang yang menyampaikan khutbah disebut khotib.

c. Nasihah

Moh. Bin Allah Asshidiqi menyampaikan yang disebut nasihah yaitu sebuah perkataan atau ucapan yang disampaikan kepada orang lain untuk membantu memperbaiki sikap dan kekeliruan seseorang dalam bertingkah laku. Sama halnya seperti tabligh dan khutbah, nasihah juga dapat dilakukan secara langsung (lisan) maupun melalui tulisan. Sedangkan orang yang menyampaikan nasihah disebut dengan nasih.

d. Fatwa

Biasanya fatwa amat dekat kaitannya dengan yang berkenaan terhadap hukum-hukum Islam. Contohnya; Fatwa Majelis Ulama mengenai hukum mewarnai rambut, hukum shalat menggunakan riasan wajah, dan lain sebagainya. Jadi, fatwa dapat diartikan sebagai keterangan atau uraian agama yang disampaikan mengenai suatu permasalahan.

e. Tabsyir

Tabsyir berisi uraian mengenai agama yang disampaikan kepada orang lain berupa kabar atau berita gembira untuk penerimanya. Salah satunya kabar mengenai janji-janji Allah SWT kepada orang-orang yang beriman dan bertaqwa kepada-Nya. Sedangkan orang yang menyampaikan tabsyir ini disebut mubassyir.

f. Tandzir

Orang yang menyampaikan tandzir disebut dengan mundzir atau nadzir dimana orang tersebut mensyiarkan ajaran Islam berupa sebuah berita yang berisi peringatan dan ancaman bagi siapa saja yang melanggar ketentuan Allah SWT dengan harapan orang

yang menerima berita tersebut dapat keluar dari perbuatan terlarang yang dilakukannya²⁴

2. Dasar Hukum Dakwah

Terdapat dua ayat di dalam Al-Qur'an yang dijadikan sebagai dasar hukum dakwah, yakni pada surat Ali-'Imran ayat 104 dan 110.²⁵

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ

وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”. (Q.S. Ali-'Imran [3]: 104)

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ

وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”. (Q.S. Ali-'Imran [3]: 110)

Kedua ayat tersebut, menunjukkan kewajiban untuk melaksanakan perintah Allah SWT yaitu menyuruh dalam berbuat kebajikan serta mencegah dari perbuatan buruk.²⁶

²⁴Mohammad Hasan, *Metodologi Perkembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), h. 11-15

²⁵M.Rosyid Ridla, Afif Rifa'I, dan Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup* (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017), h. 29

²⁶Ibid., h. 30

Berdasarkan kewajiban berdakwah yang telah dijelaskan dalam surat Ali-'Imran ayat 104 dan 110 di atas, aktivitas atau kegiatan dakwah wajib hukumnya dilakukan oleh seluruh umat Islam, yang terbagi atas *fardu kifayah*, *fardu 'ain bersyarat*, dan *fardu 'ain*.

a. *Fardu kifayah*

Kewajiban dalam berdakwah hanya dibebankan kepada orang yang mempunyai kemampuan dan ilmu agama yang mumpuni untuk dapat mensyiarkan kebajikan dan menyuruh umat Islam meninggalkan keburukan.

b. *Fardu 'ain bersyarat*

Hukum ini mengatakan bahwa sebelum menyampaikan dakwah kepada orang lain, harus terlebih dahulu mempertimbangkan kemungkaran yang terjadi di masyarakat. Apabila suatu kemungkaran itu sudah mengancam nilai-nilai atau ajaran Islam, maka hukum berdakwah menjadi *fardu 'ain*. Namun ada baiknya jika penyampaian pesan dakwah tidak harus menunggu terjadinya kemungkaran. Kapanpun dan dimanapun, dakwah dapat disyiarkan.

c. *Fardu 'ain*

Kewajiban dalam melaksanakan dakwah diharuskan kepada setiap umat Islam sesuai dengan kemampuannya. Setiap muslim harus menyampaikan ajaran-ajaran keagamaan kepada orang lain yang belum mengetahui. Guru dapat menjadi da'I terhadap muridnya, dokter terhadap pasiennya, pengusaha terhadap buruhnya, dan intinya ialah semua orang dapat menjadi pelaku dakwah di bidangnya masing-masing.²⁷

3. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah merupakan komponen yang ada dalam setiap aktivitas dakwah. Berikut ini adalah komponen penting dalam keberlangsungan dakwah, yaitu:

a. *Da'I* (subjek dakwah)

Da'I ialah individu, sekelompok orang, organisasi, atau lembaga yang melakukan dakwah dengan lisan, tulisan, dan perbuatan. *Da'I* termasuk unsur yang memegang peranan paling

²⁷Ibid., h. 31-32

penting. Sebab jika tidak ada pelaku-pelaku dakwah yang membantu untuk menyebarkannya, Islam tidak lain hanyalah sebuah ideologi semata. Hal-hal yang harus ada di dalam diri seorang *da'I*, antara lain:

- 1) Mampu berhijrah dari kemaksiatan yang bisa merendahkan dirinya dihadapan Allah SWT dan dihadapan masyarakat.
- 2) Mempunyai tekad yang kuat dan tidak mudah putus asa.
- 3) Memiliki pengetahuan yang cukup mengenai Al-Qur'an, sunnah rasul, dan ilmu-ilmu lain seperti ilmu hadits, tafsir, dan sejarah kebudayaan Islam.
- 4) Memiliki sikap sopan santun.
- 5) Berani dalam menyatakan, membela, serta mempertahankan sebuah kebenaran.
- 6) Tidak bersikap emosional.
- 7) Bertindak sebagai pemersatu umat.
- 8) Tidak bersikap matrealistis.²⁸

b. *Mad'u* (objek)

Mad'u atau yang menjadi sasaran dalam penerimaan pesan dakwah adalah manusia, baik individu maupun kelompok. *Mad'u* dapat digolongkan dalam beberapa kriteria, diantaranya:

- 1) Berdasarkan segi sosiologis, ada masyarakat perkotaan dan masyarakat desa.
- 2) Berdasarkan struktur kelembagaan, ada pemerintah dan keluarga.
- 3) Berdasarkan tingkatan usia, ada golongan orang tua, remaja, dan anak-anak.
- 4) Berdasarkan segi profesi, ada pegawai negeri, petani, buruh, seniman.
- 5) Berdasarkan tingkatan ekonomi, ada golongan kaya, golongan menengah, dan golongan tidak mampu.
- 6) Berdasarkan jenis kelamin, ada pria dan wanita.²⁹

²⁸Mohammad Hasan, *Metodologi Perkembangan Ilmu Dakwah*, h. 58-61

²⁹Ibid., h. 66-68

c. Materi Dakwah

Materi dakwah ialah keseluruhan ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits. Karena ajaran Islam cakupannya sangat luas, maka seorang *da'I* harus selalu mempelajari Al-Qur'an dan hadits, serta mempelajari juga berbagai kondisi sosial masyarakat sehingga materi yang disampaikan mudah dimengerti dan tidak membosankan.³⁰

d. Media Dakwah

Dalam penyampaian pesan dakwah, terdapat beberapa media yang dapat digunakan, yakni:

1) *The Spoken Words* (berbentuk ucapan)

Pada media ini, penyampaian pesan dakwah dilakukan hanya melalui lisan. Dapat disampaikan secara langsung maupun melalui media seperti telepon dan radio.

2) *The Printed Writing* (berbentuk tulisan)

Pada media ini, dakwah disampaikan melalui gambar-gambar dan lukisan. Di dalam kehidupan sehari-hari, kita dapat menemukannya dalam sebuah buku, majalah, surat kabar, brosur, pamflet, poster, banner, dan media-media tulis lainnya.

3) *The Audio Visual* (berbentuk gambar hidup)

Pada media ini, kegiatan dakwah dapat disampaikan dan dipublikasikan melalui televisi, video, dan film. Bahkan hingga sekarang, media yang memegang peranan paling efektif dalam penyebarluasan dakwah ialah media massa pers dan media sosial.³¹

e. Metode Dakwah

Di dalam Al-Qur'an, metode dalam berdakwah telah tercantum pada surat An-Nahl ayat 125, yakni:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ

رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

³⁰Ibid., h. 70-71

³¹Ibid., h. 78

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. (Q.S An-Nahl [16]: 125)

Metode-metode itu diantaranya:

- 1) *Al-hikmah*, yaitu kegiatan dakwah yang dilakukan dengan memperhatikan situasi, suasana, serta kondisi *mad'u*. Sehingga ajaran Islam dapat tersampaikan dengan baik.
- 2) *Mau'idhah hasanah*, yaitu metode dakwah yang disampaikan dengan memberikan nasehat-nasehat atau dalam proses penyampaiannya dilakukan dengan penuh kasih sayang. Sehingga apa yang didakwahnya dapat menyentuh sampai ke hati.
- 3) *Mujadalah*, yaitu penyampaian dakwah yang dilakukan dengan cara bertukar pikiran atau melalui perdebatan yang baik dan tidak arogan.³²

4. Tujuan Dakwah

Dalam setiap kegiatan dakwah, tentunya terdapat sebuah tujuan atau misi utama, antara lain sebagai berikut:

1. Menyebarkan kebaikan serta mencegah timbulnya kemaksiatan yang dapat menghancurkan kehidupan, supaya membentuk masyarakat yang tentram dengan keridhaan Allah SWT.
2. Menjadikan ajaran Islam sebagai pegangan dalam segala sudut kehidupan, baik kehidupan sosial, politik, ekonomi, dan budaya.
3. Mengajak orang-orang yang bukan Islam untuk memeluk agama Islam.
4. Meningkatkan kualitas keislaman dan keimanan kaum muslimin, agar mereka menjadi umat yang dapat mengamalkan ajaran Islam secara keseluruhan.³³

³²Ibid., h. 80-81

³³Ibid., h. 49-50

5. Dakwah di Era Digital

Meningkatnya penggunaan internet dan teknologi informasi, menyebabkan perubahan dalam berdakwah kepada masyarakat. Kemudahan mengakses internet ini menjadi keuntungan di bidang dakwah untuk memanfaatkannya sebagai sarana atau media alternatif dalam menyampaikan dakwah pada era digital seperti sekarang. Dengan memanfaatkan internet yang terhubung dengan jejaring media sosial, para pendakwah tidak harus berdakwah di Majelis Ta'lim melainkan dapat mensyi'arkan dakwah tanpa harus bertatap muka secara langsung.³⁴

Media sosial ialah media informasi terbesar bagi masyarakat dalam memenuhi rasa keingintahuannya, salah satunya TikTok. TikTok telah menjadi aplikasi dan fenomena yang mendunia saat ini dibandingkan dengan media-media sosial lainnya dan sudah banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan kajian-kajian islamiyah hanya melalui sebuah video.

Pemanfaatan media sosial TikTok dalam menyiarkan ajaran Islam, memiliki banyak keuntungan bagi para da'I. Dakwah di media sosial dapat dilakukan walaupun seorang da'I berada di rumah. Da'I hanya cukup membuat sebuah rekaman video kemudian mengunggahnya di platform TikTok atau platform media sosial lain dan langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh masyarakat luas.³⁵

Dalam berdakwah, peran da'I sangat penting untuk menentukan berhasil atau tidaknya kegiatan dakwah. Da'I harus mengetahui bagaimana karakteristik suatu media sosial, bahasa yang digunakan, dan pandai memilih materi dakwah yang relatif mudah dipahami. Di era digital, seluruh umat Islam harus menguasai teknologi internet sehingga nilai-nilai Islam (pesan dakwah) bisa diterima dengan baik dan adanya media ini menjadi terobosan baru bagi para da'I dalam menyampaikan dakwah, seperti menyampaikan

³⁴Abdul Syukur dan Agus Hermanto, *Konten Dakwah Era Digital Dakwah Moderat* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi), h. 132

³⁵Ibid., h. 134-135

motivasi tentang kehidupan, motivasi keagamaan, dan pesan dakwah lainnya.³⁶

Kendati demikian, bagaimanapun metode yang digunakan tentu mempunyai kelebihan dan kekurangan. Melalui media sosial, sepanjang jangkauan internet mudah diakses maka para da'I dapat menyebarkan dakwahnya. Konten dakwah yang dipublikasikan di media sosial juga lebih luas tergantung kreatifitas dan kemampuan dari da'I tersebut. Sedangkan kekurangan media sosial ialah banyaknya situs atau oknum-oknum yang dinilai sesat dengan mengatasnamakan agama tanpa didasari dengan sumber yang jelas (Al-Qur'an dan Hadits).³⁷

³⁶Ibid., h. 133

³⁷Ibid., h. 135

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya, dengan hasil penelitian lapangan serta hasil dari analisis terhadap data-data yang telah penulis laksanakan. Maka pada bab ini, penulis dapat memberikan kesimpulan yaitu sebagai berikut:

Kehadiran akun TikTok @hafiiddddd sebagai salah satu konten yang menyajikan sebuah tontonan mengenai nilai-nilai Islami, telah membawa ketertarikan tersendiri bagi mahasiswa KPI angkatan 2018. Karena bagi mahasiswa KPI, adanya akun TikTok @hafiiddddd membuat citra dakwah menjadi lebih kekinian dan masuk dalam lingkup anak muda. Dari yang dahulunya anak muda tidak begitu tertarik untuk mendengarkan ceramah atau sesuatu yang berbau dakwah, kini dengan banyaknya konten-konten dakwah yang tersebar secara *online* dan banyaknya da'I-da'I muda yang berani berdakwah seperti @hafiiddddd ini membuat anak muda menjadi suka dalam mendengar dakwah dan turut *me-repost* postingan tersebut ke akun media sosialnya.

Menurut mahasiswa KPI angkatan 2018, pesan dakwah yang disampaikan pada konten TikTok @hafiiddddd dikemas dengan konsep yang sangat milenial. Mulai dari gaya bahasanya yang mudah dipahami, penyampaian yang tidak membosankan, *background* dan *backsound* yang digunakan sangat mendukung materi yang dibawakan, tampilan videonya menarik, pemilihan materi dakwahnya sesuai dengan realita yang terjadi atau dirasakan anak muda dalam kehidupannya, dan yang disukai mahasiswa KPI ialah dakwahnya tidak bertele-tele sehingga ingin diulang berapa kali pun tidak membosankan. Selain itu, mahasiswa KPI angkatan 2018 juga menambahkan adanya akun TikTok @hafiiddddd telah merubah paradigma TikTok dari yang sebelumnya dinilai hanya berisikan konten-konten yang negatif, sekarang menjadi diterima secara positif oleh masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil analisa dan kesimpulan yang telah disajikan sebelumnya, maka penulis mengungkapkan saran sebagai berikut:

1. Walaupun dakwah sudah dengan mudah dijumpai di media sosial, mahasiswa semestinya tetap menyempatkan hadir ke sebuah Majelis secara langsung. Karena kegiatan dakwah yang didapati hanya melalui sebuah media akan berbeda jika didapati secara langsung.
2. Mahasiswa diharapkan semakin banyak yang *me-repost* mengenai hal-hal yang berkaitan dengan ilmu Islam di media sosialnya atau saling mengingatkan secara langsung antar mahasiswa lainnya agar bisa sama-sama bertumbuh menjadi anak muda yang bertaqwa kepada Allah Swt.
3. Diharapkan kedepannya akan semakin banyak generasi milenial yang memberanikan diri seperti @hafiidddd dalam membuat konten-konten Islam dan mempublikasikannya secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Abdullah. (2015). *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi da Aplikasi Dakwah*. Bandung: Citapustaka Media.

Akhmad Rofahan, d. (2014). *Media Sosial: Masa Depan Media Komunitas?*. Yogyakarta: Combine Resource Institution.

Alhidayatillah, Y. Y. (2017). *Dakwah dan Perubahan Sosial*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.

Hasan, M. (2013). *Metodologi Perkembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila.

James J, d. (2014). *Persepsi dan Logik*. Malaysia: Universiti Teknologi Malaysia.

M. Rosyid Ridla, A. R. (2017). *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.

Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. Jambi: Pustaka Jambi.

Yanti, Fitri. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Lampung: CV. Agree Media Publishing

Sumber Jurnal

Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 263-281.

- Dharmawan, Ni Ketut Supasti & Ni Nyoman Junita Krisnadiyanti Devi. (2021). Perlindungan Hukum terhadap Video Kreatif yang Diunggah pada Aplikasi TikTok Berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta. *Jurnal Kertha Semaya*, 9(4), 716.
- Dewi, C. M., Putri, A. S., Nugraha, M. P. Z., & Haq, A. H. B. (2020). Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial TikTok di masa pandemi: Studi korelasi. *Jurnal Fenomena*, 29(2).
- Hidayat, N., & Khotimah, H. (2019). Pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pembelajaran. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran Guru Sekolah Dasar (JPPGuseda)*, 2(1), 10-15.
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(2).
- Maulana, J. (2021). PENGARUH KONTEN VLOG DALAM YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP SOSIAL MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).
- Priarti Megawanti, E. M. (2020). Persepsi Peserta Didik terhadap PJJ pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Vol.3, no. 2 , 76.
- Rachmat, I. F. (2018). Pengaruh Kelekatan Orang Tua Dan Anak Terhadap Penggunaan Teknologi Digital Anak Usia Dini. *Jurnal Jendela Bunda Program Studi PG-PAUD Universitas Muhammadiyah Cirebon*, 6(1), 14-29.

Rahma, T. I. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech). *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. 3, no. 1 , 68.

Saifuddin, M. F. (2018). E-learning dalam persepsi mahasiswa. *Jurnal Varidika*, 29(2), 102-109.

Shambodo, Y. (2020). Faktor yang mempengaruhi persepsi khalayak mahasiswa pendatang UGM terhadap siaran pawartos ngayogyakarta Jogja tv. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 98-110

Siregar, N. S. (2013). Persepsi Orang Tua terhadap Pentingnya Pendidikan bagi Anak. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, Vol. no.1 , 12.

Sumber Thesis dan Skripsi

Maulida, Sofia. (2020). Preferensi Pelanggan Online Shop Instagram Berdasarkan Konten Akun @martapura_bengkeng. Thesis. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari Banjarmasin.

Mutiawati, Imas. (2018). Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram). Skripsi. Semarang: UIN Walisongo Semarang

LAMPIRAN-LAMPIRAN

**Data Mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung Angkatan
2018 yang Mengakses Akun TikTok @hafidddd**

No.	Nama Mahasiswa	Kelas
1	Nanda Permata Sari	A
2	Dewi Milenia Wibowo	A
3	Merta Arsita	B
4	Hermalita	B
5	Muhammad Hafidh	B
6	Dita Anggraini	B
7	Adelia Yuspita Putri	C
8	Dela Rahmalia	C
9	Ismaida	C
10	Febi Mulyani	C
11	Tri Lestari	D
12	Meliniar	D
13	Ahmad Rifa'I	E
14	Atika Ayu Mahmuda	E
15	Shinta Hermalia	F
16	Adhika Umar Aziz	H

PEDOMAN WAWANCARA
(Mengenai Persepsi Mahasiswa KPI Angkatan 2018 terhadap
Pesan Dakwah Digital pada Akun TikTok @hafiddddd)

1. Apakah anda mengetahui akun TikTok dgn *username* @hafiddddd?
2. Berapa kali dan berapa lama setiap anda mengakses akun TikTok @hafiddddd dalam sebulan?
3. Biasanya, anda mendengarkan dakwah pada akun TikTok @hafiddddd hanya melalui audio saja atau secara audio visual?
4. Bagaimana persepsi anda terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh @hafiddddd?
5. Bagaimana persepsi anda terhadap tampilan video dakwah pada akun TikTok @hafiddddd tersebut?
6. Bagaimana persepsi anda terhadap gaya bahasa yang digunakan @hafiddddd dalam menyampaikan dakwahnya?
7. Bagaimana yang anda rasakan ketika mendengar pesan dakwah yang disampaikan oleh @hafiddddd di setiap videonya?
8. Setelah menerima pesan dakwah dari akun @hafiddddd tersebut, apa yang timbul di diri anda?
9. Bagaimana persepsi anda mengenai perbedaan konten dakwah @hafiddddd dengan konten dakwah lainnya?



**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

NOMOR : 37 TAHUN 2021

**TENTANG
PENETAPAN JUDUL DAN PENUNJUKKAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI) FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU
KOMUNIKASI
SEMESTER GANJIL TA. 2021/2022 (TAHAP II B)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG SEMESTER GANJIL TA. 2021/2022**

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

**DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

- Menimbang** : 1. Bahwa dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Semester Ganjil TA 2021/2022 perlu ditetapkan judul dan menunjuk pembimbing skripsi;
2. Bahwa nama yang tercantum dalam lampiran surat keputusan ini dipandang mampu melaksanakan tugas dimaksud.
- Mengingat** : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang RI No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah RI No. 4 tahun 2014 tentang penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 22 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung;
5. Keputusan Menteri Agama RI No. 31 tahun 2017 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung;
6. Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung No 593.a Tahun 2019 tentang Pedoman Akademik Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
7. Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung No 27 Tahun 2020 tentang Kalender Akademik Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung TA 2021/2022 .
- Memperhatikan** : Hasil keputusan tim Sidang Judul Prodi KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tanggal 17 November 2021.

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan : **KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG TENTANG PENETAPAN JUDUL DAN PENUNJUKKAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI) FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG SEMESTER GANJIL TA. 2021/2022 (TAHAP II B) UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**
- Kesatu : Menetapkan judul dan Pembimbing Skripsi mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam sebagaimana tersebut dalam lampiran surat keputusan ini.
- Kedua : Mahasiswa yang tercantum dalam lampiran Surat Keputusan ini harus segera menyusun proposal penelitian untuk diseminarkan selambat-lambatnya 3 (tiga) bulan sejak ditetapkan surat keputusan ini. Apabila hal tersebut tidak dilaksanakan, maka Dekan dapat membatalkan judul dan pembimbing yang telah ditetapkan.
- Ketiga : Dosen Pembimbing harus menyediakan waktu kepada mahasiswa untuk berkonsultasi minimal satu kali dalam seminggu, mengarahkan, membimbing dan memberikan petunjuk kepada mahasiswa bimbingannya. Apabila pembimbing tidak dapat melaksanakan tugasnya maka mahasiswa dapat mengajukan pergantian pembimbing.
- Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan diberikan kepada masing-masing yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bandar Lampung

Pada tanggal : 30 Desember 2021

Dekan



Prof. Dr. H.Khomsahrial Romli, M.Si
#NIP. 196104091990031002

17	NOVA FIRDIANA/ 1841010506	Analisis Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @Salahatsurga Terhadap Peningkatan Semangat Berdakwah Pada Mahasiswa KPI	1. Dr. Jasmadi, M.Ag (PA) 2. Dr. Fitri Yanti, MA
18	TEDY HARYANTO/ 1841010381	Perspektif Islam Terhadap Prinsip 'Bad News Is Good News' Dalam Kerja Jurnalistik	1. Dr. Khairullah, S.Ag., MA (PA) 2. M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si.
19	DESTI NURUL MUNA/ 1841010427	Pola Komunikasi Antara Ustadz Kepada Santri Dalam Pembinaan Kedisiplinan Menghapal Al-Qur'an Di Pondok Pesantren Mifahul Huda 407 Lampung Barat Di Media Sosial	1. Prof. Dr. H. M. Bahri Ghazali, M.A (PA) 2. Dr. Abdul Syukur, M.Ag
20	SITI MUAFIQOH FITRI/ 1841010426	Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Program Da'i Kamtibmas Di Radio Rbk 104,3 Fm Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah	1. Dr. Abdul Syukur, M.Ag 2. Dr. Khairullah, S.Ag., MA (PA)
21	NUR ADYLIA/ 1841010165	Pola Komunikasi Dakwah Dalam Pembinaan Anak Broken Home di Kelurahan Way Kandis Bandar Lampung	1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si 2. Subhan Arif, S.Ag., M.Ag (PA)
22	ELSA SANTIKA PRAWINTYAS/ 1841010217	Persepsi Mahasiswa KPI Terhadap Konten Dakwah Digital pada Akun Tiktok @hafidddd	1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si 2. Subhan Arif, S.Ag., M.Ag (PA)
23	RAMDANI/1841 010043	Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny Melalui Media Sosial "Instagram" Di Kalangan Remaja (Studi Pada Remaja Di Gg Al-Iqra Kelurahan Fajar Bulan)	1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si (PA) 2. Nadya Amalia Nasoetion, M.Si.
24	MUHAMMAD HEGI HABIBIE/184101 0047	Strategi Komunikasi Ustadz Dalam Pembinaan Akhlak Santri Laki-Laki Di Pondok Pesantren Al-Kiron Dusun Kebon, Desa Haji Mena Natar, Kabupaten Lampung Selatan	1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si (PA) 2. Subhan Arif, S.Ag., M.Ag
25	ISMAIDA/18410 10215	Peran Majelis Ta'lim Al-Muawiyah Di Desa Sidadadi Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Kepada Jamaahnya	1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si 2. Subhan Arif, S.Ag., M.Ag (PA)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratnain Sukarame Bandar Lampung 35131. ☎ (0721) 704030
e-mail : fdkuinril@gmail.com

SURAT KETERANGAN PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI

Nomor : B - 5238 /Un.16/WD.I/PP.00.9/09/2022

Yang bertandatangan di bawah ini, Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Elsa Santika Prawintyas
NPM : 1841010217
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Adalah benar telah melakukan Pra Survei ke lokasi penelitian, konsultasi dan telah melakukan **Seminar Proposal** pada tanggal **26 April 2022** dan akibat hal tersebut terjadi perubahan Judul Skripsi, yaitu:

Judul Skripsi Sebelum Perubahan	Judul Skripsi Setelah Perubahan
Persepsi Mahasiswa KPI Terhadap Konten Dakwah Digital Pada Akun Tiktok @Hafiddddd	Persepsi Mahasiswa KPI Terhadap Pesan Dakwah Digital Pada Akun Tiktok @Hafiddddd

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 29 September 2022

A.N. Dekan
Wakil Dekan I,



Ch.
Dr. Mubasit, S.Ag., M.Ma
KIP/197311141998031002



PEMERINTAH KOTA BANDARLAMPUNG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jalan Dr. Susilo Nomor 2 Bandar Lampung, Telepon (0721) 476362
Faksimile (0721) 476362 Website: www.dpmpmsp.bandarlampungkota.go.id
Pos-el: sekretariat@dpmpmsp.bandarlampungkota.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN (SKP)
Nomor :1871/070/02926/SKP/III.16/XI/2022

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 03 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian dan Rekomendasi dari Kepala Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Kota Bandar Lampung Nomor 070/0153/IV.05/2022 Tanggal 19 OKTOBER 2022, yang bertandatangan dibawah ini Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bandar Lampung memberikan Surat Keterangan Penelitian (SKP) kepada :

1. Nama : ELSA SANTIKA PRAWINTYAS
2. Alamat : JL. KH. A. DAHLAN NO. 94 KEL./DESA PAHOMAN KEC. ENGGAL KAB/KOTA KOTA BANDAR LAMPUNG PROV. LAMPUNG
3. Judul Penelitian : PERSEPSI MAHASISWA KPI TERHADAP PESAN DAKWAH DIGITAL PADA AKUN TIKTOK @HAFIDDDDD
4. Tujuan Penelitian : UNTUK MENGETAHUI PERSEPSI MAHASISWA KPI TERHADAP PESAN DAKWAH DIGITAL PADA AKUN TIKTOK @HAFIDDDDD
5. Lokasi Penelitian : PADA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI MAHASISWA PRODI KPI ANGGKATAN 2018
6. Tanggal dan/atau lamanya penelitian : 13 OKTOBER 2022
7. Bidang Penelitian : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
8. Status Penelitian : -
9. Nama Penanggung Jawab atau Koordinator : SUPRIYADI, S.Sos.
10. Anggota Penelitian : ELSA SANTIKA PRAWINTYAS
11. Nama Badan Hukum, Lembaga dan Organisasi : UIN RADEN INTAN LAMPUNG

Dengan Ketentuan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Penelitian tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu stabilitas pemerintah.
2. Setelah Penelitian selesai, agar menyerahkan hasilnya kepada Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik (BAKESBANGPOL) Kota Bandar Lampung.
3. Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 1 (satu) tahun sejak tanggal ditetapkan.



Ditetapkan di : Bandar Lampung
pada tanggal : 24 Oktober 2022

Plt. Kepala Dinas



SUPRIYADI A. TEMBINGGUNG, S.T., M.SI.
NIP 19710610 199502 1 001

Tembusan:

1. BAKESBANGPOL Kota Ba
2. Peringgal



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl.Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
Telp.(0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B - 7825/ Un.16 / P1 /KT/IV/ 2023

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I
NIP : 197308291998031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung
Menerangkan bahwa artikel ilmiah dengan judul

**PERSEPSI MAHASISWA KPI TERHADAP PESAN DAKWAH
DIGITAL PADA AKUN TIKTOK @HAFIHDDDD**

Karya		
NAMA	NPM	FAK/PRODI
Elsa Santika Prawintyas	1841010217	FDIK/KPI

Bebas plagiasi sesuai dengan tingkat kemiripan sebesar 20%. Dan dinyatakan lulus dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 12 April 2023
Kepala Pusat Perpustakaan

Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I
NIP. 197308291998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan

PERSEPSI MAHASISWA KPI
TERHADAP PESAN DAKWAH
DIGITAL PADA AKUN TIKTOK
@HAFIIDDDDD

by Elsa Santika Prawintyas

Submission date: 12-Apr-2023 01:42PM (UTC+0700)

Submission ID: 2062337295

File name: ELSA_SANTIKA_PRAWINTYAS_1.docx (148.95K)

Word count: 4835

Character count: 31863

PERSEPSI MAHASISWA KPI TERHADAP PESAN DAKWAH DIGITAL PADA AKUN TIKTOK @HAFIIDDDDD

ORIGINALITY REPORT

20% SIMILARITY INDEX	19% INTERNET SOURCES	9% PUBLICATIONS	14% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	thesis.binus.ac.id Internet Source	1%
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
3	vdocuments.pub Internet Source	1%
4	digilib.iainkendari.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
6	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to UM Surabaya Student Paper	1%
8	ejournal.uniks.ac.id Internet Source	1%
9	journal.unpas.ac.id Internet Source	1%

10	Submitted to Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Student Paper	1%
11	jurnal.uinsu.ac.id Internet Source	1%
12	repository.iainpare.ac.id Internet Source	1%
13	amikjtc.com Internet Source	1%
14	www.docstoc.com Internet Source	1%
15	Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung Student Paper	1%
16	docobook.com Internet Source	1%
17	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	1%
18	ojs.unm.ac.id Internet Source	1%
19	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
20	repository.uinmataram.ac.id Internet Source	1%

21	id.scribd.com Internet Source	<1 %
22	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
23	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
24	Submitted to UIN Sultan Maulana Hasanudin Student Paper	<1 %
25	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %
26	www.rebbosetau.com Internet Source	<1 %
27	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1 %
28	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
29	jurnal.umb.ac.id Internet Source	<1 %
30	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
31	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
32	eprints.unm.ac.id	

Internet Source

<1 %

33

Submitted to Universitas Merdeka Malang

Student Paper

<1 %

34

azizitik.wordpress.com

Internet Source

<1 %

35

journal.umy.ac.id

Internet Source

<1 %

36

repository.iainbengkulu.ac.id

Internet Source

<1 %

37

Submitted to St. Ursula Academy High School

Student Paper

<1 %

38

ejournal.staindirundeng.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On

DOKUMENTASI

(Wawancara dengan Mahasiswa KPI Angkatan 2018)







