

ABSTRAK

Mariama Mardatillah. 105271110720.2023. *Analisis Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.* Dibimbing oleh Aliman dan Ya'kub.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemanfaatan Media Sosial *TikTok* Sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020. Kemudian mengetahui apa faktor pendukung dan penghambat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 dalam memanfaatkan *TikTok* sebagai media dakwah.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu sebuah penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang orang dan pelaku yang dapat diamati. Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini berlokasi di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Agama Islam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang dilakukan selama 3 Bulan, dari bulan September hingga Desember.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 memanfaatkan Sosial Media *TikTok* sebagai media dakwah. Bentuk konten yang dibagikan berupa video dan gambar dengan berbagai macam jenis konten seperti: menyebarkan Ilmu-Ilmu yang terkait dengan keislaman dan pemahaman keagamaan, Memberikan kiat-kiat hidup Islami serta memberikan motivasi secara umum kepada generasi millennial. Dalam menyebarkan pesan dakwah di sosial media *TikTok* tentu memiliki faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung dalam hal ini adalah kesempatan viralitas yang tinggi, banyaknya fitur yang disediakan, penggunaanya yang banyak serta ketersediaan Kouta yang memadai. Adapun faktor penghambatnya adalah jaringan internet dan kouta yang tidak memadai dan seperti yang kita lihat bahwasanya sampai saat ini konten yang ada di media sosial *TikTok* masih dominan konten hiburan dan ini juga merupakan salah satu faktor penghambat dalam membangun konten dakwah di media sosial *TikTok* menurut Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 yang memanfaatkan *TikTok* sebagai media Dakwah.

Kata Kunci: Dakwah, Media, TikTok.