

**AKTIVITAS DAKWAH MEDIA SOSIAL TIKTOK MAHASISWA
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh:

MOH ALVIN
NIM: 105271103521

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1446 H/ 2025 M**



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara (i), **Moh Alvin**, NIM. 105271103521 yang berjudul “**Aktivitas Dakwah Media Sosial TikTok Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.**” telah diujikan pada hari; Jum’at, 01 Syakban 1446 H./ 31 Januari 2025 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

01 Syakban 1446 H.

Makassar, -----

31 Januari 2025 M.

Dewan Penguji :

Ketua : Agil Husain Abdullah, S. Sos., M. Pd.

(.....)

Sekretaris : M. Zakaria Al Anshori, M. Sos.I.

(.....)

Anggota : Muslahuddin As’ad, Lc., M. Pd.

(.....)

Muzakkir, Lc., M. Pd.

(.....)

Pembimbing I : Dr. Aliman, Lc., M. Fil.I.

(.....)

Pembimbing II: Wiwik Laela Mukromin, M. Pd.I.

(.....)

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,

Dr. Aliman, S. Ag., M. Si.
NBM. 774 234



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Jum'at, 01 Syakban 1446 H./ 31 Januari 2025 M. Tempat: Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara (i)

Nama : **Moh Alvin**

NIM : 105271103521

Judul Skripsi : Aktivitas Dakwah Media Sosial TikTok Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NIDN. 0906077301

Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., M.A.
NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Agil Husain Abdullah, S. Sos., M. Pd.
2. M. Zakaria Al Anshori, M. Sos.I.
3. Muslahuddin As'ad, Lc., M. Pd.
4. Muzakkir, Lc., M. Pd.

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Agama Islam Unismuh Makassar,



Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NBM. 774 234

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Moh. Alvin

Nim : 105271103521

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Agama Islam

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuahkan siapapun)
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (Plagiasi) dalam menyusun skripsi ini.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3 maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 02 Rajab 1446 H
02 Januari 2025 M

Yang Membuat Pernyataan



Moh. Alvin
105352127110

ABSTRAK

Moh Alvin, 105271103521, *Aktivitas Dakwah Media Sosial Tiktok Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021*, Dibimbing oleh Aliman, dan Wiwik Laela Mukromin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Dakwah Media Sosial Tiktok Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021, kemudian mengetahui apa faktor pendukung dan penghambat mahasiswa Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021 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 Agustus hingga Oktober Penelitian ini mengungkapkan bahwa mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 memanfaatkan TikTok sebagai media untuk berdakwah. Konten yang mereka bagikan berupa video dan gambar dengan beragam materi, seperti penyebaran ilmu keislaman, pemahaman ajaran agama, serta motivasi umum. Dalam proses dakwah melalui TikTok, terdapat faktor-faktor yang mendukung dan menghambat.

Faktor pendukungnya mencakup potensi viral yang tinggi, berbagai fitur yang dapat digunakan, serta jumlah pengguna yang besar. Namun, terdapat kendala seperti keterbatasan waktu dalam pembuatan konten serta dominasi konten hiburan yang dapat mengaburkan tujuan utama penggunaan platform ini. Tantangan tersebut menjadi bagian dari perjalanan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021 dalam menggunakan TikTok sebagai sarana dakwah.

Kata Kunci: Aktivitas, Dakwah, Media, TikTok.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Aktivitas Dakwah Media Sosial TikTok Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallahu 'alaihi wasallam, beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh umat Islam yang senantiasa istiqamah mengikuti sunnah beliau.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai tantangan. Namun, atas bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, hambatan tersebut, alhamdulillah, dapat teratasi dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta Bapak Ahcmad Toradin dan Ibu Anis Lailah Terima kasih banyak atas segala doa dan dukungan yang telah di berikan kepada penulis selama menempuh pendidikan dari TK hingga di perguruan tinggi. Semoga Allah senantiasa menjaga mereka.
2. Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, ST., MT., IPM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Syekh Dr. Mohammad MT. Khoory, Donatur AMCF beserta jajarannya.

4. Dr. Amirah Mawardi, S.Ag. M.Si selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. H. Lukman Abdul Shamad, Lc., M.pd Mudir Ma'had Al-birr Universitas Muhammadiyah Makassar
6. Dr. Aliman Lc, M.Fil.I. selaku ketua prodi komunikasi dan penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar dan selaku Pembimbing Pertama dan yang telah meluangkan waktunya ditengah kesibukan beliau untuk memberikan bimbingan dan arahan sejak awal penyusunan skripsi hingga selesainya skripsi ini.
7. Agil Husain Abdillah, S.Sos., M.pd selaku sekretaris prodi komunikasi dan penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Dr.Wiwik Laela Mukromin, M.Pd.I. selaku pembimbing Kedua yang telah meluangkan waktunya ditengah kesibukan beliau untuk memberikan bimbingan dan arahan sejak awal penyusunan skripsi hingga selesainya skripsi ini.
9. Teristimewa kepada keluarga, guru, serta sahabat yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat.
10. Para dosen dan staf prodi komunikasi dan penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah mengajarkan banyak ilmu baru.
11. Para mentor kelas pendamping yang senantiasa kebersamai dan mendampingi proses penyusunan skripsi ini kak Rukmini Syam, M.Sos.I.
12. Teman-teman seperjuangan di KPI yang senantiasa berjuang bersama.

13. Akhir kata peneliti mengucapkan *Jazaakumullahu khairan katsiron* atas semua yang telah terlibat dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak sempat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT. Senantiasa memudahkan dan memberkahi setiap langkah kita.



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA MUNAQASYAH	iv
SURAT PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
BAB II TINJAUAN TEORITIS	12
A. Pengertian Aktivitas Dakwah.....	12
1. Pengertian Dakwah.....	13
2. Dakwah Menurut Para Ahli	15
3. Landasan Dakwah.....	17
4. Metode Dakwah.....	20
5. Tujuan dan Fungsi Dakwah.....	22

6. Bentuk – Bentuk Media Dakwah	24
B. Media Sosial.....	27
1. Pengertian Media Sosial	27
2. Fungsi dan Tujuan Media Sosial	28
3. Bentuk-Bentuk Media Sosial.....	29
C. TikTok.....	31
1. Definisi TikTok	31
2. Sejarah TikTok	31
3. Fitur TikTok	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Desain Penelitian.....	35
1. Jenis Penelitian	35
2. Pendekatan Penelitian	36
B. Lokasi dan Objek Penelitian	37
C. Fokus dan Deskripsi Fokus Penelitian.....	37
D. Sumber Data.....	38
1. Sumber Data Primer	38
2. Sumber Data Skunder.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. Observasi	39
2. Wawancara	40
3. Dokumentasi.....	40

F. Instrumen Penelitian.....	41
G. Teknik Analisis Data.....	41
1. Redukasi Data.....	42
2. Penyajian Data.....	42
3. Penarikan Kesimpulan Data Verifikasi	43
H. Pengujian Keabsahan Data.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
1. Lokasi	45
2. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam	45
3. Visi, Misi dan Tujuan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Unismuh Makassar	46
B. Hasil dan Pembahasan.....	49
1. Aktivitas Dakwah Media Sosial Tiktok di Kalangan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Muhammadiyah Makassar.....	49
2. Faktor pendukung dan penghambat dalam memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021	69
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77

B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	82
RIWAYAT HIDUP	95



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang begitu pesat. Kondisi tersebut mengidentifikasikan perubahan interaksi dengan menggunakan media komunikasi berbasis teknologi. Internet dan media sosial merupakan salah satu alat utama dalam pendistribusian informasi saat ini. Secara global, hal tersebut telah mengubah wajah media secara keseluruhan.

Seiring perkembangan waktu, teknologi terus maju seiring dengan popularitas media sosial sebagai sarana komunikasi dan pertukaran informasi. Terutama bagi generasi milenial dan generasi berikutnya, media sosial telah menjadi alat utama dalam berkomunikasi dan berinovasi, karena mudah diakses melalui internet. Fenomena globalisasi juga turut mempengaruhi masyarakat dengan cara yang signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media sosial dan platform lainnya.¹

Media sosial adalah platform online yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi, berpartisipasi, serta berjejaring sosial, wiki, dan dunia virtual lainnya. Fungsinya dalam kehidupan sehari-hari termasuk bertukar pesan, berbagi informasi,

¹ Haris Budiman. *Peran Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pendidikan*. (Vol. VIII, No. I: 2017). h. 32

foto, dan video dengan pengguna lainnya. Penggunaan media sosial tidak hanya terbatas pada komputer atau laptop, tetapi juga bisa diakses melalui aplikasi di smartphone atau perangkat lainnya, memudahkan akses kapan pun dan di mana pun.

Kehadiran internet dan media sosial memungkinkan pengguna untuk mendapatkan informasi dan hiburan dari seluruh dunia tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Media sosial juga berperan sebagai tempat untuk bertukar pikiran dan interaksi sosial antara pengguna, memberikan kesempatan untuk mendapatkan umpan balik yang bermanfaat dalam membentuk konsep diri.

Dalam era komunikasi digital, berbagai platform media sosial seperti blog, Wikipedia, dan jejaring sosial menjadi sangat populer di kalangan generasi milenial. Salah satu platform media sosial yang khusus disorot dalam penelitian ini adalah TikTok, yang telah menjadi salah satu aplikasi terpopuler di Indonesia setelah WhatsApp. TikTok mencatat jumlah unduhan yang sangat tinggi, mencerminkan dominasinya dalam pasar aplikasi sosial di Indonesia, bahkan mengungguli aplikasi Zoom yang populer selama pandemi Covid-19 menurut laporan dari Sensor Tower.²

Di era digital, semua orang bisa dengan mudah mengakses berbagai informasi melalui media sosial terkhusus pada aplikasi TikTok yang dapat menyebar dengan cepat. Hal ini membuat para pendakwah berusaha menggunakan media sosial sebagai

² M. Agus Wahyudi. *Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah*. (Vol. V. No. I; Academica, 2021). h.90-91

alat untuk menyampaikan dakwah mereka, karena media ini dianggap lebih modern dan efektif dibandingkan dengan metode dakwah tradisional.³

TikTok memang menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini. TikTok menarik perhatian banyak pengguna dengan berbagai fitur kreatif seperti filter, efek video, musik, dan tantangan viral yang dapat diikuti oleh pengguna. Aplikasi ini juga memungkinkan penggunanya untuk dengan mudah membuat, mengedit, dan membagikan video pendek yang dapat mencapai audiens yang sangat luas dalam waktu singkat.

Popularitas TikTok semakin meningkat berdasarkan data yang dilaporkan oleh berbagai sumber. Menurut Business of Apps, pada akhir tahun 2022, aplikasi TikTok telah diunduh sebanyak 3,3 miliar kali. Angka ini menunjukkan bagaimana TikTok berhasil menarik perhatian pengguna internet di seluruh dunia.

Selain itu, laporan dari We Are Social dan Hootsuite juga menunjukkan bahwa pengguna Android di seluruh dunia menghabiskan lebih banyak waktu di TikTok dibandingkan dengan YouTube dan Facebook. Hal ini mencerminkan betapa kuatnya daya tarik TikTok dalam memberikan pengalaman yang menghibur dan interaktif bagi penggunanya.

Faktor-faktor ini menjadikan TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang paling diminati saat ini, terutama di kalangan generasi muda yang aktif

³ Adi Wibowo. Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital. (Vol.III No.II;JURNAL ISLAM NUSANTARA,2019). h.341

menggunakan media sosial untuk berekspresi dan berinteraksi dengan sesama pengguna.

TikTok juga sering kali digunakan sebagai platform untuk mencari popularitas dengan membuat konten yang kontroversial atau menarik perhatian netizen. Menurut Sari, aplikasi ini digunakan oleh pengguna untuk mengekspresikan bakat mereka, melatih kemampuan sebagai kreator konten, dan sebagai sarana untuk mencapai popularitas. Di sisi lain, TikTok juga dianggap sebagai alat efektif untuk media dakwah. Dalam menghadapi perubahan zaman, cara menyampaikan dakwah perlu disesuaikan agar tetap relevan. Pendekatan dakwah yang kreatif dan dialogis dianggap lebih menarik bagi masyarakat, sesuai dengan pandangan yang tertuang dalam jurnal Basit mengenai pentingnya dakwah yang dinamis, progresif, dan inovatif dalam konteks saat ini.⁴

Secara prinsip, dakwah merupakan kewajiban bagi setiap Muslim untuk menyampaikan seruan atau perintah Allah SWT kepada manusia di mana pun mereka berada, dengan tujuan untuk membimbing mereka ke jalan yang benar. Menurut Zulkarnaini, dakwah adalah upaya untuk mengajak kepada kebaikan dan menolak kegiatan yang buruk, baik melalui kata-kata, tulisan, maupun tindakan, dengan berlandaskan prinsip-prinsip Islam Sebagaimana dijelaskan pada surah An-Nahl. Allah Subhanahu Wa Ta'ala Berfirman (QS. An-Nahl: 16/ 125)

⁴ M. Agus Wahyudi. Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah. (Vol. V. No. I; Academica,2021). h. 92

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Terjemahnya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.⁵

Kehadiran modernitas menuntut penyesuaian dalam pelaksanaan dakwah sesuai dengan keadaan masyarakat, termasuk dalam pemilihan materi, metode, dan media yang digunakan. Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji apakah penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah dapat diterima oleh masyarakat saat ini yang hidup di era modern.

Banyak pengguna TikTok dimanfaatkan dengan baik oleh para pendakwah Islam sebagai sarana dakwah di era modern. TikTok menarik generasi milenial untuk belajar Islam melalui berbagai pendekatan yang digunakan oleh pembuat konten Islam. Keberadaan pendakwah Islam muda di TikTok secara tidak langsung menarik minat masyarakat untuk mempelajari Islam dan berpartisipasi dalam menyebarkan konten dakwah melalui berbagai platform media sosial. Berbagai akun da'i menunjukkan bahwa setiap pembuat konten Islam memasukkan nilai-nilai positif

⁵ Kementerian Agama. *Syaamil Al-Qur'an Miracle The Reference*. (Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsiran Al-Qur'an, tt.). h. 559

Islam dalam konten mereka untuk mempromosikan nilai-nilai yang baik di platform TikTok.⁶

Allah Subhanahu Wa Ta'ala Berfirman (QS. Ali Imran: 3/ 104)

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Terjemahanya:

Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.⁷

Dengan adanya kesempatan untuk menggunakan dakwah digital, beberapa pembuat konten Islam menjadi sangat terkenal di TikTok, dimana mayoritas video yang dibuat berfokus pada kajian Islam dan bertujuan untuk memperoleh keuntungan dari karya yang mereka sajikan di platform ini. Para pembuat konten dakwah ini adalah contoh nyata dari generasi milenial yang mengambil manfaat dari media baru ini dengan efektif. Melalui penelusuran konten yang telah dibuat oleh mereka, terlihat bahwa strategi penggunaan TikTok dalam gerakan dakwah digital telah berhasil menyebarkan ilmu agama kepada pengguna platform ini. Melihat latar belakang di atas menarik untuk ditelusuri bagaimana Aktivitas Dakwah melalui pemanfaatan

⁶ M. Agus Wahyudi. *Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah*, (Vol. V, No. I; Academica 2021). h. 92-93

⁷ Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (edisi yang disempurnakan) jilid 2. (Jakarta: Lentera Abadi, 2010. h. 13-14

media sosial TikTok oleh content creator dalam melakukan gerakan dakwah digital yang ditujukan kepada pengguna dalam menyebarkan ilmu keagamaan.⁸

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti merasa tertarik untuk mendalami lebih lanjut mengenai “Pengaruh Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok Pada Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana aktivitas dakwah media sosial TikTok di kalangan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Muhammadiyah Makassar?
2. Apa Faktor Pendukung Dan Penghambat Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Dalam aktivitas dakwah Media Sosial Tiktok ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁸ Dessy Kushardiyanti. Dkk. *Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19*,. (Volume XII No. I; Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi 2021). h. 100

1. Untuk mengetahui Aktivitas dakwah media sosial TikTok di kalangan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Untuk Mengetahui Faktor Pendukung Dan Penghambat Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Dalam aktivitas dakwah Media Sosial Tiktok

D. Manfaat Penelitian

Setiap Penelitian pasti memiliki manfaat baik bagi penelitian mau pembaca, Adapun manfaat dari penelitian ini di antaranya sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

- a. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu sumber informasi atau pengetahuan terkait dengan Aktivitas Dakwah Media Sosial Tiktok
- b. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi sumber informasi dalam upaya meningkatkan kopetensi dakwah melalui media sosial bagi mahasiswa Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
- c. Penelitian ini juga diharapkan agar bisa dijadikan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Penelitian: Menambah wawasan dan pengalaman mengenai Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021.
- b. Bagi Lembaga Pendidikan: Adanya Penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang membangun kepada lembaga pendidikan yang ada.

E. Kajian Penelitian Terdahulu yang relevan

Penelitian yang akan dilakukan peneliti ini mempunyai keterkaitan dengan beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan baik dengan objek kajian yang sama maupun tempat atau lokasi penelitian yang sama, peneliti telah merangkum dalam beberapa poin, berikut diantaranya

1. Penelitian terdahulu dari jurnal yang berjudul "Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja" yang ditulis oleh Shafa Tasya Kamilah, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, dan Meity Suryandari pada tahun 2023. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana konten dakwah disampaikan melalui aplikasi TikTok di kalangan remaja. Hasil penelitian ini menyoroti pentingnya penggunaan media sosial dalam menyebarkan nilai-nilai agama

Islam serta tantangan dan strategi untuk meminimalisir dampak negatif dari penggunaan TikTok dalam konteks dakwah.⁹

2. Penelitian oleh Dessy Kushardiyanti, Zaenal Mutaqin, dan Aulia Sholichah Iman Nurchotimah ini mengeksplorasi penggunaan TikTok sebagai media dakwah oleh content creator milenial selama pandemi Covid-19. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan analisis konten, penelitian ini mengevaluasi strategi konten dari beberapa creator dakwah, termasuk materi, teknik penyampaian, frekuensi unggahan, dan penggunaan hashtag populer. Hasilnya menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, memiliki dampak positif terhadap engagement pengguna, meskipun tiap creator memiliki ciri khas dalam penyampaian dakwah. Penelitian ini memberikan panduan teknis bagi milenial dan da'i untuk memanfaatkan media sosial dalam dakwah, yang semakin tren selama pandemi.¹⁰

3. Penelitian yang dilakukan oleh Emy Leonita dan Nizwardi Jalinus pada tahun 2018 dengan judul "Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur" bertujuan untuk menjawab tiga pertanyaan utama: urgensi pemanfaatan media sosial dalam promosi kesehatan, jenis media sosial yang digunakan beserta kelemahannya, dan peran profesional kesehatan dalam promosi kesehatan berbasis media sosial. Penelitian ini melakukan penelusuran terhadap 100 jurnal publikasi

⁹ Shafa Tasya Kamilah, Dkk, *Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja*, (Vol. I, No.I; ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora, 2023), h.50-62

¹⁰ Dessy Kushardiyanti, Dkk, *Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19*, (Vol. XII, No. I: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 2021), h. 97-114

internasional, dengan 85 jurnal yang relevan kemudian dikelompokkan menjadi tiga kategori utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki kontribusi positif terhadap promosi kesehatan, namun ada beberapa kelemahan seperti kurangnya jangkauan terhadap audiens pasif, informasi yang tidak akurat, kurangnya interaksi, dan keterbatasan kemampuan profesional kesehatan dalam menggunakan media sosial. Peneliti menyarankan bahwa profesional kesehatan perlu merancang model promosi kesehatan berbasis media sosial yang terintegrasi dengan strategi promosi dan komunikasi kesehatan.¹¹

Dari kajian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki perbedaan signifikan dalam hal lokasi dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yang memberikan perspektif baru dan kontribusi unik terhadap topik yang dibahas.

¹¹ Emy Leonita, Nizwardi Jalinus, *Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur* (Vol. XVIII N0. II: 2018), h. 25-34.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. Aktivitas Dakwah

1. Pengertian Aktivitas Dakwah

Dakwah dalam konteks amar ma'ruf nahi munkar merupakan syarat mutlak untuk mencapai kesempurnaan dan keselamatan hidup masyarakat. Ini adalah kewajiban yang melekat pada fitrah sebagai makhluk sosial dan juga merupakan tuntutan dari risalah, kitabullah, dan Sunnah Rasul. Aktivitas, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, merujuk pada keaktifan, berbagai kegiatan, atau pekerjaan yang dilakukan secara rutin oleh setiap individu dalam suatu organisasi atau lembaga.¹²

Aktivitas dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis utama: aktivitas fisik dan aktivitas mental. Aktivitas fisik melibatkan gerakan tubuh yang melibatkan otot dan persendian seperti berjalan, berlari, berenang, dan bersepeda. Aktivitas fisik berperan penting dalam meningkatkan daya tahan fisik, menjaga kebugaran, dan mencegah berbagai penyakit.

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia terlibat dalam berbagai aktivitas, kegiatan, atau kesibukan. Namun, nilai dari aktivitas tersebut bergantung pada

¹² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 2004), cet. Ke- 3, h. 17

individu yang melakukannya. Samuel Soeitoe menjelaskan bahwa aktivitas seharusnya tidak hanya dipahami sebagai sekadar kegiatan. Menurutnya, aktivitas merupakan usaha untuk mencapai atau memenuhi kebutuhan.¹³

M. Bahri Ghazali menjelaskan bahwa istilah dakwah dalam bahasa Arab berasal dari kata kerja (*fi'il*) "*da'a*" atau "*yad'u*," yang berarti mengajak, menyeru, mengundang, atau memanggil. Bentuk jamaknya, "*da'watan*" berarti ajakan, seruan, undangan, atau panggilan. Dalam konteks terminologi, H.M.S. Nasaruddin Latif mendefinisikan dakwah sebagai usaha atau aktivitas, baik lisan maupun tulisan, yang bertujuan untuk menyeru, mengajak, dan memanggil orang lain untuk beriman dan mentaati Allah SWT sesuai dengan ajaran akidah, syariat, dan akhlak Islam. Allah SWT telah memerintahkan Rasul-Nya dan umat beriman untuk berdakwah kepada-Nya, dengan syarat harus dilakukan berdasarkan pengetahuan yang mendalam (*bashirah*) dan kebijaksanaan (*al-hikmah*).¹⁴

2. Pengertian Dakwah

a. Secara Etimologis

kata "*da'wah*" berasal dari kata "*da'ā-yad'ū-da'watan*," yang memiliki makna serupa dengan "*al-nidā'*," yang berarti mengajak atau memanggil. Secara terminologi, dakwah berarti mengajak orang untuk mengikuti kebenaran, melaksanakan perintah, dan menghindari larangan, guna mencapai kebahagiaan baik

¹³ Samuel Soeitoe. Psikologi Pendidikan II. (Jakarta: Feui, 1982), h. 52.

¹⁴ Syaikh Abdurrahman Abdul Khaliq, Metode Dan Strategi Da'wah Islam (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1996), h.113

di dunia maupun di akhirat. Hal itu berarti memerintahkan orang lain untuk melakukan segala kebaikan dan melarang orang lain dari segala keburukan.¹⁵

Allah menjelaskan makna dakwah dalam firman-Nya pada QS Al-Baqarah ayat 221:

أُولَٰئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ ۖ وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى الْجَنَّةِ

Terjemahnya:

“Mereka mengajak ke neraka, sedangkan Allah mengajak ke surga”¹⁶

Makna dakwah disini adalah menyeru dan mengajak serta memerintah. Allah berfirman dalam QS Gafir ayat 41 ketika mengisahkan seorang Mukmin dari kalangan pengikut Fir’aun:

وَيَا قَوْمِ مَا لِي أَدْعُوكُمْ إِلَى النَّجَاةِ وَتَدْعُونَنِي إِلَى النَّارِ

Terjemahnya:

“Dan wahai kaumku! Bagaimanakah ini, aku menyerumu kepada keselamatan, tetapi kamu menyeruku ke neraka?”¹⁷

Allah Subahanallahu wa Ta’ala berfirman dalam QS Al-An’am ayat 44:

فَلَمَّا نَسُوا مَا ذُكِّرُوا بِهِ فَتَحْنَا عَلَيْهِمُ أَبْوَابَ كُلِّ شَيْءٍ ۖ حَتَّىٰ إِذَا فَرِحُوا بِمَا أُوتُوا أَخَذْنَاهُم بَغْتَةً فَإِذَا هُمْ مُبْلِسُونَ

¹⁵ Drs. Barmawie Umary. Azas-Azas Ilmu Dakwah. (Solo: Ramadhani. 1984), 52.

¹⁶ Kementrian Agama. *Syaamil Al-Qur’an Miracle The Reference*. (Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsiran Al-Qur’an, tt.). h. 35

¹⁷ Kementrian Agama. *Syaamil Al-Qur’an Miracle The Reference*. h. 472

Terjemahnya:

“Maka tatkala mereka melupakan peringatan yang telah diberikan kepada mereka, Kamipun membukakan semua pintu-pintu kesenangan untuk mereka; sehingga apabila mereka bergembira dengan apa yang telah diberikan kepada mereka, Kami siksa mereka dengan sekonyong-konyong, maka ketika itu mereka terdiam berputus asa.”

Oleh karena itu, dakwah dalam pengertian syara' adalah mengajak orang lain untuk menaati semua perintah Allah, baik dalam ucapan maupun tindakan, serta menjauhi semua larangan Allah, baik berupa ucapan maupun perbuatan dan dakwah juga dalam konteks amar ma'ruf nahi munkar adalah syarat yang sangat penting bagi keutuhan dan keamanan masyarakat. Ini merupakan kewajiban yang muncul dari naluri sosial manusia dan didukung oleh ajaran agama yang ditegaskan melalui risalah, Al-Quran, dan Sunnah Rasulullah.¹⁸

b. Dakwah Menurut Para Ahli

Untuk memahami dakwah dari segi terminologi, para ahli atau ulama telah memberikan definisi berdasarkan perspektif mereka masing-masing. Dari berbagai definisi yang ada, beberapa di antaranya dianggap dapat mewakili pengertian dakwah secara umum.

¹⁸ Fawwaz bin Hulayyil bin Rabah as-Suhaimi. *Begini Seharusnya Berdakwah* (Jakarta: Darul Haq, 2018). h.19-20

1). Syekh Ali Makhfudh

Syekh Ali Makhfudh dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* menyatakan bahwa dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk agama, mengajak mereka kepada kebaikan, serta mencegah mereka dari perbuatan munkar agar meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹⁹

2). Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa dakwah adalah panggilan untuk beriman kepada Allah dan mengikuti ajaran yang dibawa oleh para utusan-Nya, membenarkan berita yang mereka sampaikan, serta menaati perintah-Nya.

3). Syekh Ali Mahfuzh

Syekh Ali Mahfuzh memberikan definisi dakwah sebagai berikut.

حَثُّ النَّاسِ عَلَى الْخَيْرِ وَالْهُدَى وَالْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ لِيَقُوزُوا بِسَعَادَةِ الْعَاجِلِ وَالْآجِلِ

Artinya:

"Mengajak manusia untuk melakukan kebaikan, mengikuti petunjuk, memerintahkan mereka berbuat makruf, dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat."²⁰

¹⁹ Dr. Moh. Ali Aziz. M.Ag. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana. 2004). h. 4

²⁰ H. Abdullah. op. cit., h. 11

4). Prof. Dr. Hamka

Prof. Dr. Hamka menyatakan bahwa dakwah adalah ajakan atau undangan untuk menganut suatu pendirian yang pada dasarnya memiliki konotasi positif, dengan esensi terletak pada kegiatan yang memerintahkan amar ma'ruf nahi munkar.²¹

‘Dari definisi-definisi yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah usaha untuk mengajak manusia menuju jalan Allah SWT, dengan memerintahkan mereka untuk melakukan amar ma'ruf dan mencegah munkar.

c. Landasa Dakwah

Allah Subhanahu Wa Ta'ala Berfirman (QS. An-Nahl: 16/ 125)

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Terjemahnya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.²²

²¹ Saputra, Pengantar Ilmu. h. 1-2.

²² Kementerian Agama. *Syaamil Al-Qur'an Miracle The Reference*. h. 281

d. Unsur – Unsur Dakwah

1). Subjek Dakwah (Da'i)

Pelaksana dakwah adalah individu atau kelompok yang menjalankan tugas dakwah. Dalam melaksanakan tugas ini, baik secara perorangan maupun kelompok, mereka harus memiliki keteladanan yang baik. Untuk mendukung keberhasilan dakwah, seorang dai perlu memiliki berbagai kemampuan. Kemampuan-kemampuan tersebut meliputi:

- a). pemahaman yang tepat dan benar tentang agama Islam
- b). pemahaman mendalam mengenai tujuan dan esensi gerakan dakwah
- c). pengetahuan tentang akhlakul karimah
- d). wawasan yang luas tentang perkembangan pengetahuan
- e). cinta dan kepedulian tulus terhadap audiens atau mad'u, dan
- f). pemahaman yang baik tentang kondisi lingkungan.²³

2). Objek Dakwah (Mad'u)

Menurut Wardi Bachtiar, objek dakwah adalah manusia, baik individu maupun kelompok, yaitu masyarakat. Dalam masyarakat terdapat berbagai kelompok, lapisan, lembaga, nilai-nilai, norma-norma, kekuasaan, dan proses perubahan. Objek

²³ Quraiah Syihab. *Membumikan Al-Quran*. (Bandung: Mizan, 1993). h. 194

dakwah ini disebut mad'u, yang berarti orang-orang yang diseru atau diundang untuk menerima dakwah dan diajak masuk ke dalam Islam.

Mad'u dapat dilihat dari stratifikasi kelompok masyarakat berdasarkan letak geografis sebagai berikut:

- a). Masyarakat kota: Kehidupan masyarakat kota cenderung individualis, dengan kompetisi sosial yang tinggi. Pola pikir rasionalis dan materialis sangat dominan, sehingga dakwah di kalangan masyarakat ini perlu menggunakan pendekatan rasional.
- b). Masyarakat desa: Kehidupan masyarakat desa lebih erat dengan alam dan mengandalkan kekayaan alam sekitarnya. Pola pikir mereka cenderung lebih sederhana dibandingkan dengan masyarakat kota, sehingga dakwah di desa tidak perlu menggunakan pendekatan ilmiah yang rumit.
- c). Masyarakat Kampung Penggilingan, Jakarta Timur: Meskipun terletak di daerah perkotaan, masyarakat ini memiliki budaya gotong royong dan saling membantu. Pola pikir mereka juga cenderung sederhana, sehingga dakwah di sini tidak perlu menggunakan pendekatan ilmiah yang kompleks.
- d). Masyarakat primitif: Masyarakat yang terbelakang dalam peradaban dan kebudayaan, dengan kehidupan yang masih sangat sederhana. Untuk mereka, diperlukan dai yang serba bisa dan dapat membimbing langsung

dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah yang cocok adalah dakwah dengan pendekatan bil hal (perbuatan atau tingkah laku).

Jadi, objek dakwah adalah sasaran dari kegiatan dakwah, baik itu individu maupun kelompok masyarakat secara luas.²⁴

e. Metode Dakwah

Secara etimologis, kata "metode" berasal dari kata "meta" (melalui) dan "hodos" (jalan, cara). Jadi, metode dapat diartikan sebagai cara yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan. Sementara itu, menurut Bakhial Khauli, dakwah adalah proses penerapan peraturan-peraturan Islam dengan tujuan mengubah kondisi umat dari satu keadaan ke keadaan yang lain.

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa metode dakwah merujuk pada cara-cara khusus yang diterapkan oleh seorang da'i kepada mad'u untuk mencapai tujuan tertentu, berdasarkan prinsip hikmah dan kasih sayang.

Metode dakwah mencakup tiga aspek:

1). *Al-Hikmah*

M. Abduh menganggap hikmah sebagai pemahaman mengenai rahasia dan manfaat dalam setiap hal. Sementara itu, menurut Ibnu Qayyim, hikmah adalah pengetahuan tentang kebenaran serta penerapannya yang tepat dalam ucapan dan

²⁴ Basrah Lubis. *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Jakarta: CV. Tursina, 1993). h. 46-48

tindakan. Hal ini hanya dapat dicapai dengan memahami al-Qur'an, mendalami syariat Islam, dan memahami hakikat iman.

Oleh karena itu, hikmah menjadi faktor penentu keberhasilan seorang da'i dalam berdakwah. Seorang da'i harus mampu memahami mad'u yang memiliki latar belakang, pendidikan, dan strata sosial yang beragam, sehingga ide-ide dan pemikiran da'i dapat diterima serta menyentuh dan menenangkan hati mad'u.

2). *Al-Mau'idhatil Hasanah*

Mau'izah hasanah dapat diartikan sebagai ungkapan yang mengandung elemen bimbingan, pendidikan, pengajaran, cerita, kabar gembira, peringatan, dan pesan-pesan positif yang bisa dijadikan pedoman untuk kehidupan agar selamat di dunia dan akhirat.

Menurut K.H. Mahfudz, semua elemen tersebut memiliki makna sebagai berikut:

- a). Ungkapan yang didengar orang sebaiknya memiliki suara yang jelas dan terdengar lebih baik jika disampaikan dengan kuat.
- b). Ungkapan yang diikuti orang sebaiknya memiliki tujuan yang jelas dan lebih banyak agar dapat meningkatkan jumlah orang yang kembali ke jalan Allah SWT.

3). *Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan*

Mujadalah berasal dari kata '*jadala*' yang berarti memintal atau melilit. Secara istilah, *al-Mujadalah* (atau *Al-Hiwar*) merujuk pada upaya pertukaran pendapat antara dua pihak secara konstruktif, tanpa menciptakan suasana permusuhan, dengan tujuan agar lawan dapat menerima pendapat yang disampaikan melalui argumentasi yang kuat.

f. Tujuan dan Fungsi Dakwah

Dakwah merupakan bagian integral dari keislaman seseorang dan dapat dilakukan dengan berbagai metode sesuai dengan ajaran Islam. Tujuan utama dakwah adalah untuk membawa perubahan pada kepribadian individu, kelompok, dan masyarakat.

Oleh karena itu, dalam berdakwah, seseorang harus bersikap dinamis dan progresif. Secara umum, tujuan dakwah adalah mengarahkan manusia kepada jalan yang benar dan diridai Allah SWT, agar meraih kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia serta akhirat. Tujuan khusus dakwah meliputi:

- 1). Mengubah cara berpikir seseorang tentang makna dan tujuan hidup yang sebenarnya.
- 2). Menginternalisasikan ajaran Islam dalam kehidupan seorang muslim sehingga menjadi kekuatan batin yang mendorong pelaksanaan ajaran Islam.

- 3). Manifestasi dari internalisasi ajaran Islam tersebut adalah munculnya keinginan dalam diri seorang muslim untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.²⁵

Setelah memahami tujuan dakwah, langkah berikutnya adalah memahami fungsinya agar dakwah dapat dilaksanakan sesuai dengan petunjuk Allah dan praktik yang dicontohkan oleh Rasulullah. Berikut adalah fungsi-fungsi dakwah:

a). Mengesakan Tuhan pencipta alam semesta

Ini berarti memberikan pemahaman dan penjelasan kepada umat manusia tentang kewajiban menyembah Allah SWT serta menolak berbagai ideologi, paham, dan keyakinan yang menyimpang dari syariat. Sebagaimana yang diterangkan dalam firman Allah SWT (QS. Al-Ahzab: 33/45-45)"

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾ وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا ﴿٤٦﴾

Terjemahannya:

Wahai Nabi (Muhammad), sesungguhnya kami mengutus engkau untuk menjadi saksi, pemberi kabar gembira, dan pemberi peringatan dan untuk menjadi penyeru kepada (agama) Allah dengan izin-Nya serta sebagai pelita yang menerangi.²⁶

²⁵ Abdul Basit. *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013). h. 51-52.

²⁶ Kementrian Agama. *Syaamil Al-Qur'an Miracle The Reference*. h. 424

b). Mengubah Perilaku Manusia

Menyesuaikan perilaku manusia dari kebiasaan jahiliyah menuju perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Secara alami, manusia memiliki potensi untuk mengenal dan beriman kepada Allah SWT serta lahir dalam keadaan suci. Namun, perilaku manusia yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam sering kali dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Oleh karena itu, penting untuk menyampaikan dakwah kepada umat manusia.

c). Menegakkan kebaikan dan mencegah kemunkaran

Dalam pelaksanaan amar ma'ruf nahi munkar, penting untuk memperhatikan pedoman yang diajarkan oleh syariat Islam, yaitu melakukannya secara bertahap dengan kesabaran, kelembutan, serta didasari oleh pengetahuan yang memadai. Selain itu, juga perlu mengikuti prinsip-prinsip dakwah yang diterapkan oleh Rasulullah SAW.

g. Bentuk-bentuk Media Dakwah

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat memanfaatkan berbagai media yang mampu merangsang indra manusia dan menarik perhatian penerima dakwah. Semakin tepat dan efektif media yang digunakan, semakin baik pula pemahaman ajaran Islam oleh komunikan dakwah. Berdasarkan jumlah komunikan yang menjadi sasaran, media dakwah dibagi menjadi dua, yaitu 'Media Nirmasa' dan 'Media Massa'.

- 1). Media massa digunakan ketika jumlah komunikan banyak dan tinggal di lokasi yang jauh. Media massa yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari meliputi surat kabar, radio, televisi, film bioskop dan juga seperti yang kami teliti yaitu TikTok, yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah. TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan menonton video pendek. Karena platform ini dapat menjangkau jutaan pengguna di seluruh dunia dan menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Keuntungan menggunakan media massa dalam dakwah adalah media ini dapat menyampaikan pesan kepada banyak komunikan secara serentak. Media massa sangat efektif dalam menyebarkan informasi karena mampu mempengaruhi sikap, perilaku, dan pendapat komunikan dalam jumlah yang sangat besar.
- 2). Media Nirmasa biasanya digunakan untuk komunikasi dengan individu atau kelompok tertentu, seperti melalui telepon, SMS, telegram, surat, faks, poster, kaset, papan pengumuman, dan lainnya. Menurut Hamzah Ya'qub, media dakwah terbagi menjadi lima jenis, yaitu:
 - a). Lisan, media dakwah paling sederhana yang menggunakan suara dan ucapan.
 - b). Akhlak, yaitu tindakan nyata yang mencerminkan ajaran Islam dan dapat diamati oleh mad'u.

- c).. Tulisan, mencakup surat kabar, buku, majalah, korespondensi (surat, email, SMS), spanduk, dan sebagainya.
- d).. Gambar, seperti karikatur, lukisan, dan lainnya.
- e).. Audio Visual, alat yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan, seperti televisi, slide, internet, dan sebagainya.

Berdasarkan cara penyampaian pesan dakwah, media dibagi menjadi tiga jenis:

- a). Ucapan, media yang mengeluarkan bunyi dan dapat didengar, seperti radio, telepon, dan lainnya, disebut juga The Audial Media.
- b). Tulisan, media cetak yang mencakup barang-barang seperti buku, surat kabar, brosur, majalah, dan lainnya.
- c). Audio Visual, kombinasi dari dua jenis sebelumnya, seperti video, film, DVD, CD, dan lainnya.

Pesan dakwah juga dapat dikategorikan berdasarkan sifatnya menjadi dua kelompok, yaitu media modern dan media tradisional. Media modern atau media elektronik adalah media yang lahir dari teknologi.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah platform atau situs web yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, membagikan informasi, dan membuat konten melalui internet serta perangkat seluler.

Istilah media sosial terdiri dari dua kata, yaitu 'media' dan 'sosial'. 'Media' berarti alat komunikasi, sementara 'sosial' merujuk pada kenyataan bahwa setiap individu melakukan tindakan yang berkontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa media dan semua perangkat lunaknya adalah bagian dari aspek sosial, yaitu sebagai produk dari proses sosial.²⁷

Dari pengertian setiap kata tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam konteks sosial. Media sosial (social media) merujuk pada platform online yang mendukung interaksi sosial, memanfaatkan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa contoh situs media sosial yang populer saat ini termasuk WhatsApp, BBM, Facebook, YouTube, Twitter, Wikipedia, dan blog. Menurut Antony Mayfield, media sosial adalah platform di mana pengguna dapat dengan

²⁷ Mulawarman. *Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*, Buletin Psikologi. (Vol. XXV, No. I, (2017), h. 23

mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan pesan, mencakup blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum daring, serta dunia virtual.²⁸

2. Fungsi dan Tujuan Media Sosial

Media sosial adalah sarana yang mendukung interaksi sosial dengan menggunakan teknologi berbasis internet atau web, yang dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Saat ini juga, media sosial telah memainkan peran besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai aspek kehidupan manusia, menjadikannya sangat berpengaruh. Fungsi-fungsi media sosial antara lain sebagai berikut:

- a. Media sosial adalah platform yang dirancang untuk memperluas interaksi sosial manusia melalui internet dan teknologi web.
- b. Media sosial telah mengubah praktik komunikasi satu arah dari satu institusi media kepada banyak audiens (one to many) menjadi komunikasi dialogis antara banyak audiens (many to many).
- c. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi, mengubah manusia dari penerima pesan menjadi pembuat pesan.²⁹

²⁸ Fahlepi Roma Doni, *Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja*, (*Indonesian Journal On Software Engineering*, (Volume III No II, 2017). h. 4

²⁹ Arum Wahyuni Purbohastuti, *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi*, (*Jurnal Tirtayasa Ekonomika*. (Vol. XII, No. II, 2017), h. 215.

3. Bentuk – Bentuk Media Sosial

Menurut Nasullah, media sosial dapat dibagi menjadi enam kategori besar:

a. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Media jejaring sosial adalah platform paling populer yang memungkinkan pengguna untuk berhubungan sosial, termasuk efek atau konsekuensi dari hubungan tersebut di dunia virtual. Karakteristik utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik dengan orang yang sudah dikenal maupun dengan teman baru yang mungkin ditemui secara offline. Contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah Facebook.

b. Jurnal Online (*Blog*)

Blog adalah media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas sehari-hari, saling mengomentari, dan berbagi tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Awalnya, blog merupakan situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap hari. Seiring perkembangan, blog menjadi jurnal pribadi pemiliknya dengan kolom komentar yang dapat diisi oleh pengguna lain. Blog dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu personal homepage dengan domain sendiri seperti .com atau .net, dan blog yang menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis seperti WordPress atau Blogspot.

c. Jurnal Online Sederhana atau Microblog (*Micro-blogging*)

Mirip dengan blog, microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktivitas serta pendapat mereka. Contoh microblogging yang paling banyak digunakan adalah Twitter.

d. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Situs berbagi media memfasilitasi pengguna untuk berbagi berbagai jenis media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan lain-lain. Contoh media ini adalah YouTube, Flickr, Photo-bucket, atau Snapfish.

e. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda sosial adalah media sosial yang berfungsi untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs social bookmarking yang populer adalah Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan di Indonesia ada LintasMe.

f. Media Konten Bersama atau Wiki

Media sosial ini adalah situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedia, wiki menyediakan definisi, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang suatu kata. Dalam praktiknya,

penjelasan-penjelasan ini dibuat oleh pengunjung, sehingga ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.³⁰

C. TikTok

1. Definisi TikTok

TikTok adalah aplikasi yang menyediakan efek khusus unik dan menarik, memungkinkan pengguna dengan mudah membuat video pendek yang keren dan dapat menarik perhatian banyak orang.³¹ Aplikasi TikTok adalah sebuah platform video musik dan jejaring sosial asal Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.³² Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur.

2. Sejarah TikTok

Aplikasi TikTok, yang berasal dari Tiongkok, diluncurkan pada awal September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri perusahaan teknologi ByteDance. Sebelumnya, aplikasi ini dikenal dengan nama Douyin di negara asalnya. TikTok

³⁰ Ahmad Setiadi. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, (Amik Bsi Karawang Jl. Banten No. 1 Karangpawitan, Karawang). h. 2-3

³¹ <https://www.mastekno.com/id/apa-itu-tik-tok/>, diakses (minggu, 10 maret 2019), pukul19.24 WIB

³² Wisnu Nugroho Aji. *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*. (ISBN: 978-602-6779-21-2)

memungkinkan pengguna untuk berbagi video pendek berdurasi 15 detik dengan pengguna lain.

Setelah sukses di Tiongkok, ByteDance memperkenalkan aplikasi ini ke pasar global dan mengganti nama Douyin menjadi TikTok. Pada tahun 2018, TikTok menjadi salah satu aplikasi yang paling viral di Indonesia. Namun, pada 3 Juli 2018, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) memblokir aplikasi ini karena dianggap tidak menyediakan konten edukatif. Meskipun demikian, TikTok kembali tersedia untuk diunduh pada Agustus 2018. Meski mengalami penetrasi yang rendah, TikTok mencapai 30,7 juta pengguna di Indonesia pada Juli 2020 dan lebih dari 100 juta unduhan dari Google Play Store. TikTok menghadapi persaingan dari platform serupa seperti Musical.ly, dan akhirnya mengakuisisi Musical.ly pada November 2017 dengan nilai transaksi sebesar 13,6 miliar.³³

3. Fitur Tiktok

a. Penambahan Musik: Salah satu fitur utama TikTok sebagai platform video musik adalah kemampuan menambahkan berbagai jenis musik sesuai dengan konten video. Semua musik yang tersedia telah dilisensikan oleh pemiliknya, sehingga pengguna tidak perlu khawatir tentang pelanggaran hak cipta.

³³ Inggihpangestu. *Mengenal apa itu tiktok. sejarah dan beberapa Fitur-fiturnya*. Idmetafora,

<https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-Itu-TikTok-Sejarah-danBeberapa-Fitur-fiturnya.html>, (04 juli 2023)

- b. Filter pada Video: TikTok menyediakan fitur filter video yang memungkinkan pengguna mengubah nada warna dan menyesuaikan rona sesuai tema video.
- c. Filter Stiker dan Efek pada Video: Pengguna dapat menambahkan berbagai stiker seperti gaya rambut, kacamata, dan lainnya untuk membuat video lebih kreatif.
- d. Filter Pengubah Suara: Fitur ini memungkinkan pengguna mengubah suara dalam video mereka, menambah kesenangan dan kreativitas.
- e. Filter Kecantikan: Fitur beautifikasi membuat pengguna tampil lebih percaya diri di setiap video yang dibuat.
- f. Filter Teks Otomatis: Fitur baru ini memungkinkan penambahan teks otomatis pada video.
- g. Hapus Komentar dan Pengguna secara Massal: Fitur ini membantu kreator menghentikan bullying dengan menghapus komentar atau pengguna secara massal.
- h. Fitur Live: Mirip dengan media sosial lainnya, TikTok memiliki fitur live yang hanya dapat digunakan oleh pengguna dengan minimal 1000 pengikut.
- i. Timer: Fitur ini berfungsi sebagai asisten pribadi untuk merekam video, berguna jika tidak ada yang membantu merekam.
- j. Tanya Jawab (Q&A): Pengguna dapat memungkinkan pemirsa mengajukan pertanyaan atau komentar yang dapat dijawab dengan video.

k. Hashtag: Pengguna dapat menambahkan hashtag di deskripsi video untuk membantu video mereka ditemukan oleh pengguna lain.

l. Stitch: Fitur ini memungkinkan pengguna membuat tautan atau sambungan video dari video pengguna lain, sering digunakan untuk reaksi atau komentar.

m. Duet: Fitur duet memungkinkan pengguna berkolaborasi dengan kreator lain, membagi layar video menjadi dua bagian.³⁴



³⁴ Shintia Savitri. 11 Fitur yang wajib diketahui. Rukita. 30 April 2022, <https://www.rukita.co/stories/fitur-tiktok-yang-wajib-diketahui> (diakses, 04 Juli 2023)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan usaha pencarian secara sistematis yang berfokus pada masalah-masalah yang bisa dipecahkan.³⁵ Dalam penelitian proposal ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang mengandalkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu dan subjek yang diamati. Penelitian kualitatif berhubungan dengan kualitas, nilai, atau makna yang ada di balik fakta, dan hanya dapat diungkapkan serta dijelaskan melalui linguistik, bahasa, atau kata-kata.

Oleh karena itu, data yang digunakan dalam penelitian ini tidak berbentuk angka, bilangan, skor, atau nilai; peringkat atau frekuensi yang biasanya dianalisis dengan perhitungan matematika atau statistik. Penelitian kualitatif membangun pengetahuan berdasarkan interpretasi dari berbagai perspektif yang diperoleh dari masukan semua partisipan yang terlibat, bukan hanya dari peneliti. Proses penelitian

³⁵ Hanafi, *Konsep Penelitian R&D Dalam Bidang Pendidikan*, (Jurnal Kajian Keislaman, Vol. IV, No. II, 2017), h.132

<https://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/saintifikaislamica/article/view/1204/953> (diakses 05 Juli 2023)

dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan aturan berpikir yang akan digunakan dalam penelitian, di mana peneliti tidak menggunakan angka dalam pengumpulan data, melainkan memberikan penafsiran.³⁶

Penggunaan jenis penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dan informasi serta gambaran secara mendetail dan komprehensif mengenai aktivitas dakwah media sosial tiktok mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam universitas muhammadiyah makassar, serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat mereka dalam memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah.

2. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan sebagai berikut:

a. Komunikasi dakwah

Komunikasi dakwah adalah proses interaksi manusia dalam menyampaikan pesan khusus yang bertujuan mengajak, mempengaruhi, dan memotivasi orang lain untuk beralih dari perilaku buruk ke perilaku baik, dengan tujuan mendekatkan diri kepada Allah Subhanahu wata'ala.³⁷

³⁶ Muh. Fitrah, Luthfiyah, *metode penelitian: penelitian kualitatif; Tindakan kelas dan Studi kasus*, (cet I, Suka Bumi: jejak, 2017) h.44.

³⁷ Meisil B. Wulur, *Komunikasi dakwah dan hipnoterapi*, (Cirebon: Mentari Jaya, 2019) h.10.

B. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Jl. Sultan Alauddin no. 259, Kel. Gunung Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia. Tepatnya di Universitas Muhammadiyah Makassar, Fakultas Agama Islam, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Adapun objek penelitiannya adalah Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021.

C. Fokus dan Deskripsi Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memusatkan perhatian pada aktivitas dakwah media sosial tiktok mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam universitas muhammadiyah makassar Angkatan 2021. Adapun beberapa fokus penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Aktivitas Dakwah Media Sosial Tiktok di kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021
2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Dalam aktivitas dakwah Media Sosial Tiktok.

Adapun deskripsi fokus penelitian ini adalah aktivitas dakwah media sosial TikTok, Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan meneliti Aktivitas Dakwah Media Sosial Tiktok Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan

Penyiaran Islam di Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021. Dakwah yang dimaksud di sini sesuai dengan definisi dasarnya, yaitu menyeru dan mengajak. Penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana untuk menyampaikan dakwah memanfaatkan berbagai fitur yang ada pada aplikasi tersebut, seperti filter video, stiker dan efek video, hashtag, pengubah suara, dan musik,. Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, konten dakwah dapat dikemas lebih menarik dalam bentuk gambar dan video. Adapun Faktor Pendukung Dan Penghambat Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Dalam aktivitas dakwah Media Sosial Tiktok dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Dakwah Setelah memahami bagaimana Mahasiswa memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media dakwah, peneliti kemudian memusatkan perhatian pada faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam penggunaan TikTok sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan Peneliti dalam penelitian ini meliputi sumber data primer dan sumber data sekunder:

1. Data primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber utama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer terkait

dengan penggunaan media sosial TikTok sebagai media dakwah diperoleh melalui wawancara dengan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah dari data primer menjadi bentuk yang lebih informatif, seperti grafik, diagram, atau tabel. Data ini merupakan sumber kedua yang digunakan untuk melengkapi data yang diperlukan.

Misalkan pada penelitian ini yang berjudul Aktivitas dakwah media sosial tiktok mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam universitas muhammadiyah makassar, maka selain peneliti memperoleh data primer dari mahasiswa itu sendiri, peneliti juga bisa mendapatkan data dari jurnal, buku, artikel dan lain sebagainya sebagai sumber data kedua atau data sekunder.³⁸

E. Teknik Pengumpulan Data

Berikut adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam proses penelitian.

1. Observasi

Observasi merupakan aktivitas utama dan teknik penelitian ilmiah yang sangat penting. Teknik ini mengharuskan peneliti untuk mengamati objek penelitian

³⁸ Ardinal, *Paradigma dan model penelitian komunikasi*, (cet II, Jakarta: Bumi Aksara, 2015) h.359-360

secara langsung.³⁹ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021 dengan cara mengikuti dan memantaunya di media sosial TikTok

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan secara langsung atau tatap muka dengan responden, serta dapat dilakukan secara tidak langsung, misalnya dengan memberikan daftar pertanyaan yang dijawab kemudian. Instrumen yang dapat digunakan meliputi pedoman wawancara atau daftar periksa dan juga bisa menggunakan ponsel.⁴⁰ Peneliti melakukan proses wawancara secara langsung maupun tidak langsung kepada Mahasiswa terkait Peran Media Sosial TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian kualitatif digunakan untuk memperoleh gambaran atau kejadian di masa lalu. Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan

³⁹ 5 Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunika*s, (Cet II, Jakarta, Bumi Aksara, 2015) h.367.

⁴⁰ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunika*s, h.369-370.

berbagai sumber berupa dokumen dan arsip yang berkaitan dengan topik yang diteliti.⁴¹

F. . Instrumen Penelitian

Dalam sebuah penelitian, instrumen penelitian berfungsi sebagai alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data terkait permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti memanfaatkan instrumen-instrumen penelitian seperti berikut:

1. Observasi
2. Pedoman Wawancara
3. Dokumentasi
4. Handpone Sebagai Alat Rekam dan Dokumentasi

G. Teknik Analisis Data

Bogdan dan Biklen mengemukakan bahwa "analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, catatan lapangan, dan materi lainnya secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan hasil penelitian dapat disajikan kepada orang lain." Dengan kata lain, analisis data adalah suatu proses sistematis dalam mencari dan mengatur transkrip wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan bahan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap data yang telah

⁴¹ Arry Pontiku. Robby Kayame, *Metode Penelitian Tradisi Kualitatif*. (Cet I; Bogor: In Media, 2019), h. 154-155.

dikumpulkan, sehingga hasil penelitian dapat disampaikan dan diinformasikan kepada orang lain.⁴²

Miles dan Huberman menegaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui berbagai teknik seperti wawancara, observasi, kutipan dari dokumen, dan catatan melalui rekaman suara; lebih berupa kata-kata daripada angka. Oleh karena itu, data perlu "diolah" dan dianalisis sebelum dapat digunakan. Peneliti melakukan tiga langkah utama dalam analisis data secara bersamaan:

1. Reduksi data:

Proses ini melibatkan pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang terkandung dalam catatan lapangan tertulis. Reduksi data adalah bagian integral dari analisis data, di mana peneliti menentukan data mana yang akan dikodekan, diekstraksi, atau diringkas, sehingga memungkinkan untuk menarik kesimpulan akhir dan verifikasi.

2. Penyajian data:

Langkah ini melibatkan pengorganisasian informasi yang dapat digunakan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Bentuk penyajian data yang paling umum dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif yang menggambarkan peristiwa atau kejadian masa lalu.

⁴² Muri Yusuf, *Metode penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*, (Cet IV, Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2017),h. 400-401.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi:

Peneliti mencatat dan memberikan makna pada apa yang diamati atau diwawancarai. Kualitas catatan lapangan, metodologi yang digunakan dalam validasi dan pengolahan data, serta pengalaman peneliti dalam penelitian kualitatif, semuanya berkontribusi pada penarikan kesimpulan penelitian.⁴³

H. Pengujian Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, data dianggap valid jika tidak ada perbedaan antara laporan peneliti dan apa yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti. Realitas data dalam penelitian kualitatif bersifat majemuk dan bergantung pada kemampuan peneliti dalam mengkonstruksi fenomena yang diamati, serta dipengaruhi oleh proses mental masing-masing individu.

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif diuji melalui beberapa aspek: credibility (validitas internal), transferability (validitas eksternal), dependability (reliabilitas), dan confirmability (objektivitas). Untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber. Misalnya, membandingkan data wawancara dengan data dari Mahasiswa Program Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021 dan hasil observasi. Langkah-langkah yang dilakukan meliputi:

⁴³ Muri Yusuf, *Metode penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*, h. 407-409

1. Reduksi Data
2. Transkripsi wawancara dari berbagai sumber yang kemudian dideskripsikan dalam bentuk tulisan
3. Menarik kesimpulan dan verifikasi dengan membandingkan data dari berbagai sumber



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Lokasi

Lokasi pada penelitian ini bertempat di Universitas Muhammadiyah Makassar yang terletak di jalan Sultan lauddin, No. 259, Kelurahan Gunung Sari, Kecamatan Rappocini, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan lebih tepatnya pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam.

2. Sekilas Tentang Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam mendapatkan status diakui menjadi Program Sarjana S1 yang dulunya adalah berdasarkan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia dengan Nomor 89 Tahun 2015 di bawah naungan Fakultas Agama Islam setelah perubahan nama dari Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin.

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam beroperasi di Jalan Jalan Sultan Alauddin No.259 Menara Iqra' Lt. 4 sekaligus berada dalam satu naungan Gedung Ma'had Al-Birr Universitas Muhammadiyah Makassar. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dari tahun ke tahun mengalami perkembangan baik secara

kualitas maupun kuantitas. Peningkatan Sumber Daya dalam hal ini Dosen dapat dilihat pada Tingkat Pendidikan dan Status Kepangkatan yang selalu meningkat dari tahun ke tahun. Animo pendaftar pun kian meningkat dan prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam menjadi salah satu jurusan yang paling diminati di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam saat ini terletak di gedung menara Iqra Lantai 4 dan berada dalam satu naungan Gedung Ma'had Al-Birr pada Kampus Unismuh Makassar yang terletak di Jalan Sultan Alauddin No 259 Makassar, memiliki luas tanah 70.000 m² , dari luas tanah tersebut telah ditempati bangunan seluas 14.168 m² . Terdiri dari bangunan kantor, ruang kuliah, auditorium, masjid, laboratorium. Ruang kuliah terdiri dari 3 unit dengan 46 ruang kelas. Fasilitas pendukung lainnya adalah laboratorium komputer, laboratorium Penyiaran Radio, PUSDIKLAT dan Kebun Pertanian, Rusunawa (Asrama Mahasiswa), UBC (UnitBusiness Centre) Balai Pelatihan Mahasiswa, Student Mall, Hutan Pendidikan dan Rumah Sakit.⁴⁴

3. Visi, Misi dan Tujuan Prodi KPI Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

Berikut adalah Visi, Misi serta tujuan Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah:

⁴⁴ Arsip Prodi KPI diambil pada tanggal 1 Januari 2025

a. Visi

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah prodi Unggul yang berfokus pada pengembangan dakwah dan penyiaran Islam secara profesional, serta mengutamakan keterampilan berbahasa Arab.

b. Misi

Misi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah melaksanakan Catur Dharma perguruan tinggi dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam, yaitu:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- 2) Melaksanakan penelitian yang menghasilkan karya ilmiah inovatif dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- 3) Memberdayakan masyarakat melalui berbagai kegiatan seperti pelatihan, bimbingan, konsultasi, penyuluhan, pendampingan, dan sosialisasi untuk kesejahteraan umat.
- 4) Membangun kerjasama dengan berbagai instansi pemerintah dan swasta dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.⁴⁵

⁴⁵ Arsip Prodi KPI diambil pada tanggal 1 Januari 2025

c. Tujuan

Berdasarkan visi dan misi tersebut, tujuan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam terbagi menjadi dua kategori, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus:

1) Tujuan Umum

- a) Menghasilkan lulusan yang memiliki akhlak mulia, kompeten, profesional, bertanggung jawab, dan mandiri.
- b) Meningkatkan kualitas proses dan hasil pembelajaran yang berorientasi pada mutu lulusan.
- c) Meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil penelitian, pengabdian, dan pelayanan kepada masyarakat.

2) Tujuan Khusus

- a) Menghasilkan tenaga profesional di bidang dakwah, komunikasi, dan penyiaran Islam.
- b) Menghasilkan tenaga profesional yang mampu mengembangkan komunikasi dan penyiaran secara inovatif.
- c) Menghasilkan sarjana komunikasi dan penyiaran Islam yang memiliki keahlian dalam bahasa Arab, manajemen dakwah, reportase, dan konseling, sesuai dengan tuntutan dunia kerja di era globalisasi.
- d) Menghasilkan sarjana komunikasi dan penyiaran Islam yang memiliki sifat mujahid (bersungguh-sungguh), mujaddid (inovatif), dan

mujtahid (kreatif), sehingga dapat menjadi kekuatan dakwah dalam membangun kerjasama dan menyelesaikan persoalan umat.⁴⁶

B. Hasil dan Pembahasan

1. Aktivitas Dakwah Media Sosial Tiktok di Kalangan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Muhammadiyah Makassar

Media massa berfungsi sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada audiens secara luas. Namun, seiring perkembangan teknologi, muncul media baru atau New Media, yaitu media massa non-fisik yang dapat diakses sebagai sumber informasi selama terhubung dengan internet. Salah satu platform media baru yang sangat populer di kalangan masyarakat, terutama generasi milenial, adalah TikTok.

Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021 juga turut memanfaatkan aplikasi media sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penggunaan TikTok sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa tersebut, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pemanfaatannya.

Penelitian ini diawali dengan menelusuri kapan narasumber mulai menggunakan TikTok dan alasan di balik penggunaannya. Selanjutnya, penelitian ini membahas berbagai aktivitas mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam berdakwah melalui media sosial TikTok, termasuk fitur-fitur yang dimanfaatkan, jenis konten

⁴⁶ Arsip Prodi KPI diambil pada tanggal 1 Januari 2025

yang dibagikan, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat proses dakwah di platform tersebut.

a. Daftar Narasumber Penelitian dan Alasan Menggunakan Media Sosial Tiktok

Penelitian ini melibatkan narasumber yang merupakan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, yang dikenal cukup aktif membagikan konten dakwah melalui platform media sosial TikTok.

No	Nama	Akun TikTok	Fitur TikTok	Link TikTok
1	Rifaldi Dodi	@rifaldhyazz	Tamplat dan music	https://bit.ly/4ab9DEB
2	Muhammad Ikbali	Muhammad Ikbali	Live dan vidio	https://bit.ly/406uowO
3	Abdul Muslih	Hambapenuhdosa13	Hastag	https://bit.ly/3Ps0rCh
4	Rini Anggraini	Rini	Hastag	https://bit.ly/4gIJxvb
5	Nurul Hikmah	hikmatul khoiriyyah	Semua Fitur yang ada	https://bit.ly/3DMOPHy
6	Nur Fadillah	Fadilah ❀	Filter pada vidio dan filter beauty	https://bit.ly/4gKEYRh
7	Husnul Khotimah	Husnul Kho	Filter pada vidio dan filter beauty	https://bit.ly/4fNePzU

Rifaldi Dodi, salah satu mahasiswa KPI FAI Unismuh Makassar Angkatan 2021

sebagai salah satu pengguna TikTok mengatakan:

“Saya telah menggunakan TikTok selama satu tahun, tepatnya sejak tanggal 11 November 2023. Alasan utama saya menggunakan TikTok adalah untuk berdakwah, mencari inspirasi dalam mengembangkan bakat, dan membangun jaringan. Informasi yang biasa saya cari di TikTok meliputi hal-hal yang sedang viral di kalangan masyarakat, seperti isu keagamaan dan sosial terkini. Menurut saya, TikTok memiliki banyak kegunaan bagi mahasiswa, terutama sebagai sumber edukasi dan pengetahuan. Platform ini menyediakan video edukatif singkat tentang berbagai subjek, menjelaskan konsep kompleks dengan cara yang menyenangkan, serta memberikan akses ke beragam informasi dari berbagai bidang.”⁴⁷

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, narasumber Rifaldi Dodi diketahui memulai kegiatan dakwahnya melalui aplikasi TikTok sekitar satu tahun yang lalu. Tujuan utamanya dalam menggunakan TikTok adalah untuk menyampaikan pesan dakwah, sekaligus mencari inspirasi guna mengasah bakat serta memperluas jaringan.

Muhammad Ikbal, salah Satu mahasiswa KPI FAI Unismuh makassar yang menggunakan media sosial TikTok mengatakan:

“Saya telah menggunakan TikTok selama kurang lebih satu tahun. Alasan saya memilih platform ini adalah karena sebagai mahasiswa Komunikasi Dakwah, saya meyakini bahwa dakwah tidak hanya dilakukan di tengah masyarakat secara langsung, tetapi juga dapat disampaikan melalui media sosial. TikTok menjadi salah satu pilihan saya sebagai sarana untuk menyebarkan pesan dakwah.”⁴⁸

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber Muhammad Ikbal mengungkapkan bahwa ia telah memulai aktivitas dakwahnya melalui platform TikTok sejak sekitar

⁴⁷ Rifaldi Dodi, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

⁴⁸ Muhammad Ikbal, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari

satu tahun yang lalu. Alasan utama memilih TikTok adalah karena, sebagai mahasiswa di bidang Komunikasi Dakwah, ia meyakini bahwa dakwah tidak terbatas pada interaksi langsung di tengah masyarakat, tetapi juga dapat disampaikan secara efektif melalui media sosial. TikTok dipandang sebagai salah satu media yang strategis untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Rini Anggraini salah Satu mahasiswa KPI FAI Unismuh makassar yang Saya memilih platform ini karena menggunakan media sosial TikTok mengatakan:

“Saya telah memakai TikTok selama sekitar dua tahun. selain menikmati menonton, saya juga ingin membuat konten yang menarik.”⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, terdapat sedikit perbedaan dibandingkan dengan narasumber sebelumnya. Narasumber ini mulai menggunakan TikTok karena selain menikmati menonton, ia juga memiliki keinginan untuk membuat konten yang menarik

Husnul Khotimah salah Satu mahasiswa KPI FAI Unismuh makassar yang menggunakan media sosial TikTok mengatakan:

“Saya mulai menggunakan TikTok sejak pertengahan tahun 2023. Saya memilih platform ini karena tugas kuliah harus dipublikasikan melalui TikTok, sekaligus sebagai sarana hiburan”⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber Khusnu Khotimah mengungkapkan bahwa ia telah memulai aktivitas dakwahnya melalui platform TikTok sejak sekitar

⁴⁹ Rini Anggraini, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

⁵⁰ Husnul Khotimah, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

pertengahan tahun 2023 Narasumber ini mulai menggunakan TikTok karena tugas kuliah harus dipublikasikan melalui TikTok, sekaligus sebagai sarana hiburan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Muhammadiyah Makassar, Angkatan 2021, ditemukan perbedaan terkait waktu pertama kali mereka menggunakan TikTok. Ada yang mulai menggunakan aplikasi ini sekitar pertengahan tahun 2023, ada yang telah menggunakannya sejak setahun yang lalu, dan ada pula yang sudah menggunakannya sejak dua tahun yang lalu.

Alasan awal mereka menggunakan TikTok juga beragam. Beberapa mahasiswa menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan tugas kuliah, sementara yang lain memanfaatkannya sebagai media informasi. Selain itu, ada yang tertarik menggunakannya karena aplikasi ini sedang tren dan ingin membuat konten-konten menarik. Tidak sedikit pula yang sejak awal memang menjadikan TikTok sebagai sarana untuk berdakwah.

b. Pemanfaatan Media Sosial *TikTok* Sebagai Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021

1). Pendapat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Mengenai Berdakwah di Media Sosial

Dakwah melalui media sosial merupakan metode baru dalam menyampaikan pesan keagamaan yang bertujuan untuk mengingatkan dan mengajak orang menaati

perintah Allah SWT serta menjauhi larangan-Nya. Pesan dakwah ini dapat disajikan dalam bentuk konten yang lebih menarik sehingga mudah dipahami. TikTok, sebagai platform media sosial yang relatif baru, telah menarik perhatian masyarakat, khususnya generasi Z. Awalnya, TikTok hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan dan informasi, namun seiring waktu, banyak kaum milenial yang mulai menggunakannya sebagai media untuk berdakwah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rifaldi Dodi, seorang mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, diperoleh informasi sebagai berikut.

“Ya, karena TikTok memiliki jangkauan yang luas, platform ini sangat mendukung penyebaran dakwah Islam. Selain itu, TikTok juga menyediakan berbagai fitur menarik, seperti fitur nasyid dan lainnya, yang dapat memperindah serta memperkuat penyampaian pesan dakwah.”⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber Rifaldi Dodi menyampaikan bahwa penggunaan TikTok sebagai media dakwah dinilai sangat efektif. TikTok dianggap sebagai sarana yang tepat untuk menyebarkan dakwah karena memiliki jangkauan yang luas. Selain itu, fitur-fitur yang tersedia di TikTok mampu menarik perhatian audiens dan memperkuat penyampaian pesan dakwah secara kreatif dan menarik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Ikbil, seorang mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, diperoleh informasi sebagai berikut:

⁵¹ Rifaldi Dodi, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

“Platform ini sangat cocok digunakan sebagai media dakwah, karena tidak hanya menjangkau orang-orang di sekitar kita, tetapi juga dapat menyampaikan pesan kepada orang yang mungkin tidak kita kenal. Melalui media ini, mereka berpotensi mendapatkan hidayah dari konten yang kita bagikan.”⁵²

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber Muhammad Ikbal menyatakan bahwa platform ini sangat efektif digunakan sebagai media dakwah. Hal ini disebabkan kemampuannya yang tidak hanya menjangkau orang-orang di sekitar kita, tetapi juga dapat mencapai audiens yang mungkin belum kita kenal. Melalui konten yang dibagikan, mereka berpeluang memperoleh hidayah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rini Anggraini, seorang mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, diperoleh informasi sebagai berikut.

“Ya, karena membuat konten dakwah di TikTok memungkinkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui media sosial. Hal ini memudahkan orang-orang untuk mendengarkan dakwah tanpa harus menghadiri majelis atau tempat dakwah secara langsung.”⁵³

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber Rini Anggraini mengungkapkan bahwa media sosial memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, media ini juga mempermudah masyarakat untuk mengakses dan mendengarkan dakwah tanpa perlu menghadiri majelis atau lokasi dakwah secara langsung.

⁵² Muhammad Ikbal, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

⁵³ Rini Anggraini, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

Berdasarkan hasil wawancara dengan Husnul Khotimah, seorang mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, diperoleh informasi sebagai berikut.

“Ya, tentu saja bisa, karena platform ini sedang populer dan menjadi tren dengan jumlah pengguna yang sangat banyak.”⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber Husnul Khotimah menyampaikan bahwa TikTok saat ini merupakan platform yang sedang populer dan tren di kalangan masyarakat, dengan jumlah pengguna yang sangat besar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, media sosial TikTok dinilai sangat cocok dijadikan sebagai sarana dakwah. Hal ini tidak terlepas dari pesatnya pertumbuhan pengguna TikTok di era modern yang menjadikannya populer dan tren di kalangan masyarakat. Aplikasi ini juga sangat akrab dengan generasi muda yang umumnya melek teknologi, sehingga memudahkan mereka untuk menggunakannya sebagai wadah dalam menyebarkan ajaran Islam melalui konten-konten yang kreatif dan menarik.

Melihat perkembangan tersebut, para narasumber berpendapat bahwa TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara luas dan mudah diakses oleh berbagai kalangan.

2). Penggunaan Media Sosial TikTok sebagai Sarana Dakwah bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021.

⁵⁴ Husnul Khotimah, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

Aplikasi TikTok telah merambah berbagai kalangan, khususnya di Indonesia. Para pejabat, politisi, artis, hingga masyarakat umum, semuanya ikut serta dalam membuat video pendek di TikTok. Seperti yang telah dibahas sebelumnya, TikTok merupakan aplikasi yang sangat digemari oleh generasi Z saat ini. Di tengah pesatnya perkembangan dunia digital, dakwah kini juga semakin terkait dengan teknologi. Dengan adanya media smartphone di genggam tangan, digitalisasi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat moderen.

Oleh karena itu, dakwah Islam di era digital harus mampu mengikuti perkembangan zaman dan disajikan dengan cara yang menarik agar mudah diterima oleh audiens. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang sedang tren, memiliki potensi besar sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah. Terlebih lagi, TikTok sangat familiar di kalangan mahasiswa dan masyarakat secara umum. Beberapa Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021 turut memanfaatkan media sosial ini untuk berdakwah, dan menjadi narasumber dalam penelitian ini.

Rifaldi Dodi, seorang Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021, menyampaikan bahwa:

“Ya, karena TikTok merupakan salah satu platform dakwah dengan jumlah pengguna yang sangat besar, sehingga sangat cocok dijadikan sebagai ladang untuk berdakwah.”⁵⁵

⁵⁵ Rifaldi Dodi, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

Berdasarkan wawancara di atas, Rifaldi Dodi, seorang mahasiswa, memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah karena platform ini memiliki jumlah pengguna yang sangat luas, menjadikannya sangat ideal untuk dijadikan ladang dakwah.

Muhammad Ikbali, seorang Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021, menyampaikan bahwa:

“Ya, karena saya ingin didengar bukan hanya oleh tetangga, saudara, atau teman-teman saya, tetapi juga berusaha dikenal oleh lebih banyak orang.”⁵⁶

Berdasarkan wawancara di atas, Muhammad Ikbali, seorang mahasiswa, memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah karena berusaha dikenal oleh lebih banyak orang dalam berdakwah.

Rini Anggraini, seorang Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021, menyampaikan bahwa:

“Secara umum, saya bisa mengatakan iya, saya memanfaatkan TikTok untuk membuat konten kata-kata motivasi, karena saya merasa belum cukup percaya diri untuk membuat konten dakwah.”⁵⁷

Menurut wawancara di atas, Rini Anggraini, seorang mahasiswa, menggunakan media sosial TikTok sebagai platform dakwah untuk membuat konten kata-kata motivasi, dengan tujuan tidak hanya memotivasi diri sendiri, tetapi juga untuk memberikan inspirasi kepada orang lain.

⁵⁶ Muhammad Ikbali, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

⁵⁷ Rini Anggraini, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

Nur Fadillah , seorang Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021, menyampaikan bahwa:

“Iya, karena TikTok saat ini tengah populer, khususnya di kalangan generasi muda, yang semakin banyak memanfaatkannya.”⁵⁸

Berdasarkan wawancara di atas, Nur Fadillah, seorang mahasiswa, memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah karena platform ini kini sangat populer, terutama di kalangan generasi muda yang semakin banyak menggunakannya³. Fitur-fitur yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah melalui platform media sosial TikTok.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa beberapa Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021 memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah.

Menurut Rifaldi Dodi dan Nur Fdillah yang diwawancarai masing-masing pada tanggal 2 Januari 2025 dan 2 Januari 2025, dakwah melalui TikTok dianggap cukup efektif. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah pengguna TikTok, sehingga pesan yang disampaikan dapat menjangkau audiens yang lebih luas, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

Selain itu, dakwah di TikTok tidak terbatas oleh ruang, jarak, dan waktu, karena semua konten yang diunggah dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Dengan

⁵⁸ Nur Fadillah, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

demikian, penggunaan TikTok sebagai media dakwah dinilai lebih efisien dan relevan di era digital saat ini.

3). Bentuk Konten Dakwah yang Diunggah di Media Sosial TikTok.

TikTok adalah sebuah platform yang menyediakan beragam efek khusus yang unik dan menarik, memungkinkan penggunanya dengan mudah membuat video pendek yang kreatif dan memikat perhatian banyak orang. Aplikasi ini telah memiliki jutaan pengguna di seluruh dunia.

Konten yang tersedia di TikTok sangat beragam, mulai dari video tentang kuliner, mode, edukasi, hingga berbagai konten menarik lainnya yang umumnya bertujuan untuk hiburan.

Belakangan ini, TikTok juga mulai dimanfaatkan sebagai sarana dakwah oleh berbagai kalangan. Tidak hanya para ulama dengan pengetahuan agama yang mendalam, tetapi juga para dai muda yang mulai bermunculan dan aktif menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui platform ini.

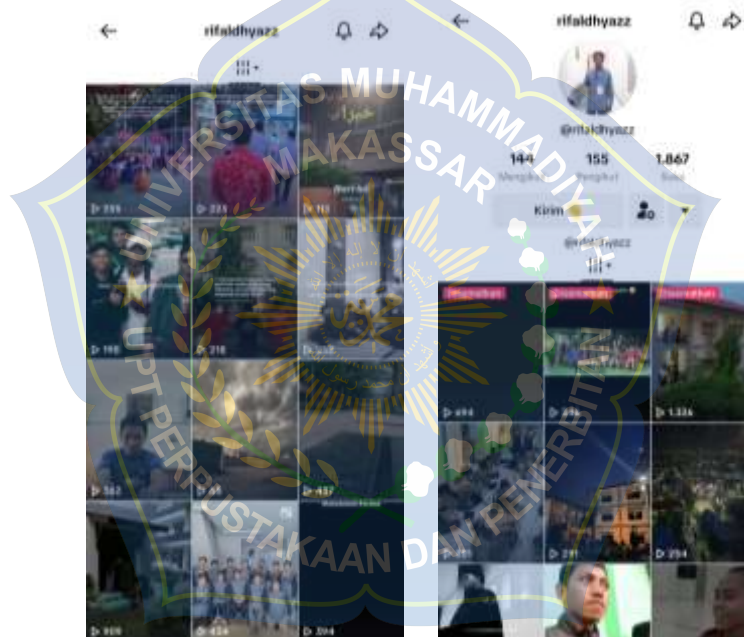
Beragam konten dakwah yang tersedia dapat dimanfaatkan oleh seorang dai, khususnya mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah angkatan 2021, untuk menyampaikan pesan dakwah mereka melalui platform media sosial TikTok. Dengan mengemas konten secara kreatif dan menarik, pesan yang disampaikan diharapkan dapat lebih mudah diterima oleh audiens atau mad'u.

a). Poster Dakwah

1). Rifaldi Dodi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, menyampaikan bahwa:

“Konten dakwah yang digunakan yaitu poster dakwah dan vidio, dan lebih banyak menggunakan vidio, karena lebih efektif dalam menyampaikan pesan secara menarik dan mudah dipahami.”⁵⁹

Gambar 1.1
Akun TikTok Rifaldi Dodi



Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber mengenai jenis konten dakwah yang sering digunakan dalam menyampaikan pesan melalui media sosial TikTok, ia memilih desain poster dan video karena lebih menarik dan mudah di pahami. Konten

⁵⁹ Rifaldi Dodi, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

ini mengulas tentang ajaran islam serta memberika motivasi yang disampaikan dengan gaya bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh semua kalangan.

b). Vidio

1). Muhammad Ikbal Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, menyampaikan bahwa:

“Menggunakan video pendek sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah”⁶⁰

Gambar 1.2
Akun TikTok Muhammad Ikbal



Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber mengenai jenis konten dakwah yang sering digunakan dalam menyampaikan pesan melalui media sosial TikTok, ia memilih video pendek. Pilihan ini didasarkan pada kemudahan akses, kemampuan

⁶⁰ Muhammad Ikbal, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

menarik perhatian dalam waktu singkat, serta efektivitasnya dalam menyampaikan pesan dakwah secara ringkas dan menarik kepada audiens yang lebih luas. Konten ini mengulas tentang ajaran islam serta memberika motivasi dan ceramah singkat yang disampaikan dengan gaya bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh semua kalangan.

2). Rini Anggraini Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, menyampaikan bahwa:

“Konten yang berisi video motivasi atau kisah pengalaman hidup digunakan untuk menginspirasi dan memperkuat pesan dakwah yang disampaikan.”⁶¹

Gambar 1.3
Akun TikTok Rini Anggraini



Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber terkait jenis konten dakwah yang sering digunakan dalam menyampaikan pesan melalui media sosial TikTok, ia

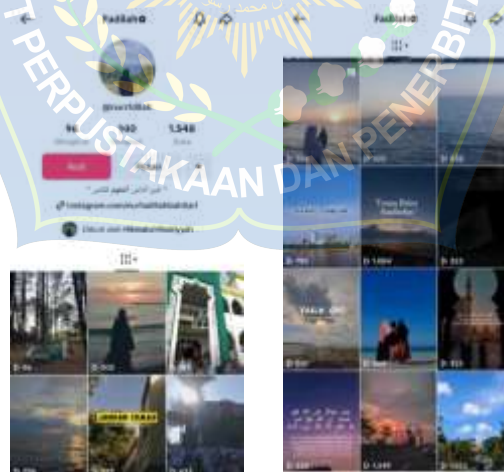
⁶¹ Rini Anggraini, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

lebih memilih konten berupa video motivasi atau cerita pengalaman hidup. Konten ini dipilih karena mampu membangun keterhubungan emosional dengan audiens, memberikan inspirasi, serta menyampaikan pesan dakwah secara lebih efektif dan mudah dipahami. Konten ini mengulas video singkat mengenai kisah pengalaman hidup serta memberikan motivasi yang disampaikan dengan gaya bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh semua kalangan.

3). Nur Fadillah Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, menyampaikan bahwa:

“Jenis konten dakwah yang saya manfaatkan adalah video pendek (short video). Selain itu, saya juga menggunakan konten berupa video dakwah dan poster sebagai media untuk menyampaikan pesan.”⁶²

Gambar 1.3
Akun TikTok Nur Fadillah



⁶² Nur Fadillah, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

4). Rifaldi Dodi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, menyampaikan bahwa:

“Konten dakwah yang digunakan yaitu poster dakwah dan vidio, dan lebih banyak menggunakan vidio, karena lebih efektif dalam menyampaikan pesan secara menarik dan mudah dipahami.”⁶³

Gambar 1.1
Akun TikTok Rifaldi Dodi



Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber mengenai jenis konten dakwah yang sering digunakan dalam menyampaikan pesan melalui media sosial TikTok, ia video karena lebih menarik dan mudah di pahami. Konten ini mengulas tentang ajaran islam serta memberika motivasi yang disampaikan dengan gaya bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh semua kalangan.

⁶³ Rifaldi Dodi, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber mengenai jenis konten dakwah yang sering dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan melalui media sosial TikTok, ia lebih memilih menggunakan konten berupa video pendek (short video). Selain itu, narasumber juga memanfaatkan video dakwah dan poster sebagai sarana penyampaian pesan. Konten ini mengulas tentang konten dakwah (short video) serta konten poster dakwah yang disampaikan dengan gaya bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh semua kalangan.

4). Fitur-fitur yang dimanfaatkan dalam menyampaikan pesan dakwah di sosial media TikTok.

TikTok adalah salah satu platform media sosial yang menawarkan berbagai fitur untuk mengolah konten yang akan diunggah, di mana setiap pengguna dapat memanfaatkan fitur-fitur tersebut untuk membuat konten lebih menarik.

Beberapa fitur yang tersedia antara lain musik, filter video, filter stiker, filter kecantikan, auto caption, timer, fitur live, hashtag, dan lainnya. Dengan berbagai fitur tersebut, seorang dai, khususnya mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah angkatan 2021, dapat memanfaatkannya untuk menyusun konten dakwah yang menarik dan kreatif.

Hal ini memungkinkan pesan dakwah yang disampaikan dapat lebih mudah diterima oleh audiens atau mad'u.

Rifaldi Dodi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“Fitur yang sering saya gunakan adalah template dan musik nasyid, karena keduanya sangat membantu dalam membuat pesan yang saya bagikan menjadi lebih menarik dan menyentuh hati.”⁶⁴

Berdasarkan wawancara dengan narasumber mengenai fitur yang sering digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial TikTok, ia menyebutkan bahwa template dan fitur musik sangat membantu dalam menjadikan pesan yang dibagikan lebih menarik dan menyentuh hati. Fitur-fitur ini dipilih karena dapat memperkuat daya tarik konten dan membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh audiens.

Muhammad Ikbal Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“Saya biasa menggunakan fitur live dan membuat konten video pendek. Biasanya, saya memanfaatkan live untuk menyapa pengikut.”⁶⁵

Menurut wawancara dengan narasumber terkait fitur yang sering digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah melalui TikTok, ia mengatakan bahwa ia sering memanfaatkan fitur live dan membuat konten video pendek. Fitur live biasanya digunakan untuk menyapa pengikut secara langsung.

⁶⁴ Rifaldi Dodi, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

⁶⁵ Muhammad Ikbal, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

Rini Anggraini Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“Saya menggunakan hashtag karena biasanya penggunaan hashtag yang sudah viral atau banyak digunakan orang dapat meningkatkan jumlah view pada konten.”⁶⁶

Berdasarkan wawancara dengan narasumber mengenai fitur yang sering digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah melalui TikTok, ia menjelaskan bahwa ia sering memanfaatkan hashtag yang sedang viral atau banyak digunakan, karena dapat meningkatkan jumlah tampilan pada konten.

Nur Fadillah, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“Saya menggunakan filter pada video, seperti filter kecantikan dan auto caption, agar kualitas video terlihat lebih baik dan menarik untuk ditonton.”⁶⁷

Menurut wawancara dengan narasumber terkait fitur yang sering digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah melalui TikTok, ia menjelaskan bahwa ia memanfaatkan berbagai filter untuk meningkatkan kualitas video agar lebih menarik dan enak ditonton.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa narasumber, diketahui bahwa mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas

⁶⁶ Rini Anggraini, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

⁶⁷ Nur Fadillah, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

Muhammadiyah Makassar angkatan 2021 memanfaatkan berbagai fitur di TikTok, seperti hashtag, caption, musik, dan filter video, untuk menyampaikan pesan dakwah. Namun, sebagian besar mahasiswa lebih sering menggunakan musik dan hashtag dalam konten mereka. Menurut mereka, penggunaan musik dan hashtag yang relevan dengan topik dapat membantu meningkatkan jumlah tampilan pada postingan yang dibagikan.

Sebagian besar dai dan da'iyah yang membagikan pesan dakwah di TikTok cenderung mengunggah video pendek. Selain itu, saat ini tengah populer di kalangan masyarakat, terutama generasi milenial, aplikasi CapCut. Aplikasi ini menyediakan template dan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna membuat video yang lebih menarik. Menariknya, CapCut terhubung langsung dengan TikTok, sehingga video yang telah diedit di CapCut bisa langsung dibagikan ke TikTok.

Beberapa jenis konten yang dibagikan meliputi video motivasi, ceramah dengan durasi singkat, gambar yang disertai caption, dan potongan ceramah ustadz yang diunggah ulang melalui akun TikTok para dai dan da'iyah.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021 dalam melaksanakan dakwah melalui

media sosial TikTok menghadapi berbagai faktor pendukung dan penghambat, yang diuraikan sebagai berikut:

a. Faktor pendukung Mahasiswa komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021 dalam meemanfaatka TikTok sebagai media dakwah.

Dalam kegiatan dakwah, terdapat berbagai faktor pendukung yang memudahkan dai dan da'iyah dalam menyebarkan ajaran Islam. Begitu pula dakwah melalui media sosial TikTok, yang memiliki faktor-faktor pendukung yang memudahkan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021 dalam memanfaatkan TikTok sebagai sarana dakwah.

Rifaldi Dodi, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“Menurut saya, faktor pendukung penggunaan TikTok sebagai media dakwah adalah karena platform ini memiliki berbagai fitur yang mendukung pembuatan konten menarik, seperti musik, filter, dan hashtag, yang dapat meningkatkan daya tarik dan jangkauan pesan dakwah.”⁶⁸

Berdasarkan wawancara dengan narasumber, dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor pendukung dakwah di media sosial TikTok adalah keberadaan berbagai filter yang disediakan. Seperti yang telah diketahui, TikTok menawarkan berbagai filter yang dapat dimanfaatkan untuk mengelola konten dakwah dengan lebih menarik.

⁶⁸ Rifaldi Dodi, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

Muhammad Ikbal, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“Beberapa faktor pendukungnya meliputi potensi untuk menjadi viral yang tinggi, berbagai filter yang tersedia, kemudahan dalam menyajikan video atau konten, serta kemampuan untuk menambahkan musik latar sesuai pilihan.”⁶⁹

Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna TikTok yang semakin tren di kalangan masyarakat, hal ini membuka peluang besar bagi seseorang untuk menjadi viral di platform tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara bersama Muhammad Ikbal, yang menyebutkan beberapa faktor pendukung dakwah di TikTok, di antaranya adalah peluang viral yang lebih besar, tersedianya berbagai filter untuk membuat video lebih menarik, serta pilihan musik latar yang bisa disesuaikan dengan keinginan.

Rini Anggraini, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“TikTok mudah diakses, memiliki banyak pengguna dari berbagai kalangan, serta menyediakan fitur-fitur yang menarik dan tidak membosankan, sehingga membuatnya semakin populer.”⁷⁰

⁶⁹ Muhammad Ikbal, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

⁷⁰ Rini Anggraini, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

Berdasarkan wawancara dengan narasumber, dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor pendukung dakwah di TikTok adalah kemudahan akses serta tersedianya berbagai fitur menarik yang tidak membuat pengguna merasa bosan.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa narasumber, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor pendukung penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unismuh Makassar Angkatan 2021, antara lain sebagai berikut:

1). Kesempatan Viralitas yang Tinggi

Aplikasi TikTok terkenal dengan video pendek yang memiliki durasi hanya beberapa detik atau menit. TikTok menawarkan kebebasan kreatif yang luas, memungkinkan pengguna untuk menggabungkan musik, efek, visual, dan ide-ide kreatif mereka sendiri. Hal ini mendorong terciptanya kreativitas tanpa batas, yang menarik perhatian banyak pengguna TikTok. Setiap orang pun memiliki kesempatan untuk menemukan cara unik dalam berkontribusi dan terus berinovasi, termasuk dalam bentuk konten dakwah yang dibagikan, sehingga mereka berkesempatan menjadi dai yang populer.

2). Memiliki banyak pengguna

TikTok adalah salah satu platform media sosial dengan pengguna yang sangat banyak, baik di seluruh dunia maupun di Indonesia. Penggunanya mencakup berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa, hingga orang tua. Hal ini membuat konten yang dibagikan di TikTok dapat menjangkau audiens yang lebih luas di kalangan pengguna media sosial tersebut.

3). Memiliki Fitur yang Berfariasi

Salah satu kelebihan TikTok adalah banyaknya fitur yang tersedia, yang memungkinkan pengguna untuk meningkatkan kreativitas dalam mengelola konten. Menurut mahasiswa KPI FAI Unismuh Makassar angkatan 2021, fitur-fitur yang efektif untuk menyebarkan konten dakwah meliputi musik, hashtag, caption, dan filter. Fitur-fitur tersebut dapat mempengaruhi jumlah tampilan atau jangkauan dari konten yang dibagikan.

b. Faktor penghambat Mahasiswa komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021 dalam meemanfaatka TikTok sebagai media dakwah.

Dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial TikTok, tentu terdapat faktor-faktor yang dapat menghambat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021 dalam menyampaikan pesan dakwah mereka di platform tersebut.

Rifadli Dodi, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“Salah satu faktor penghambat penggunaan TikTok adalah fitur live streaming yang hanya bisa diakses oleh pengguna dengan jumlah pengikut tertentu.”⁷¹

Menurut hasil wawancara dengan Rifaldi Dodi mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam menyebarkan dakwah di TikTok, ia menjelaskan bahwa salah satu

⁷¹ Rifaldi Dodi, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

hambatan dalam penggunaan TikTok adalah fitur live streaming yang hanya tersedia bagi pengguna dengan jumlah pengikut tertentu.

Muhammad Ikbal, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“Keterbatasan waktu dalam pembuatan konten bisa menjadi hambatan, dan beberapa konten yang dihasilkan mungkin tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.”⁷²

Berdasarkan wawancara dengan Muhammad Ikbal terkait faktor pendukung dan penghambat dakwah di TikTok, ia menyebutkan bahwa salah satu kendala dalam menggunakan TikTok adalah keterbatasan waktu untuk membuat konten, serta kemungkinan beberapa konten yang dibuat tidak selaras dengan prinsip-prinsip Islam.

Rini Anggraini, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“Salah satu kendala adalah terkadang ada konten-konten yang tidak sesuai di antara konten dakwah, yang bisa membuat seseorang yang awalnya berniat menonton konten dakwah justru teralihkan ke konten lainnya.”⁷³

Dalam wawancara dengan Rini Anggraini mengenai faktor pendukung dan penghambat dakwah di TikTok, ia menjelaskan bahwa salah satu hambatan dalam menggunakan TikTok adalah keberadaan konten-konten yang tidak relevan dengan

⁷² Muhammad Ikbal, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

⁷³ Rini Anggraini, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

dakwah, yang dapat menyebabkan audiens yang awalnya ingin melihat konten dakwah justru tergoda untuk melihat konten lain.

Nur Fadillah, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021, dalam sesi wawancara dengan peneliti, mengatakan bahwa:

“Banyaknya konten hiburan di media sosial dapat menghambat penyampaian dakwah serta mengalihkan perhatian mad'u dari tujuan awal.”⁷⁴

Dalam wawancara dengan Nur Fadillah mengenai faktor pendukung dan penghambat dakwah di TikTok, ia menyatakan bahwa salah satu tantangan dalam menggunakan TikTok adalah banyaknya konten hiburan yang ada, yang bisa mengganggu penyampaian dakwah dan membuat mad'u teralihkn dari tujuan utama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, ditemukan bahwa salah satu hambatan dalam berdakwah melalui media sosial TikTok adalah dominasi konten hiburan di aplikasi tersebut, yang manfaatnya tergolong sedikit. Selain itu, para narasumber juga mengungkapkan bahwa minat pengguna TikTok terhadap konten dakwah masih tergolong rendah.

1). Waktu dalam membuat konten

Keterbatasan waktu menjadi hambatan dalam pembuatan konten karena untuk menghasilkan konten berkualitas, dibutuhkan waktu yang cukup lama. Para da'i atau pembuat konten dakwah harus merencanakan materi, menyiapkan elemen visual, mengedit video, dan memastikan pesan yang disampaikan jelas dan tepat. Dengan

⁷⁴ Nur Fadillah, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

adanya keterbatasan waktu, baik disebabkan oleh kesibukan lain atau faktor lainnya, hal ini menyulitkan mereka untuk menghasilkan konten dakwah yang menarik dan efektif secara rutin.

2). Lebih dominan konten hiburan

Konten hiburan masih mendominasi video yang ada di aplikasi TikTok, yang menjadi tantangan bagi para da'i dan da'ah dalam menyebarkan pesan dakwah. Mereka dihadapkan pada upaya untuk menghadirkan konten-konten bermanfaat yang dapat menginspirasi kebaikan di beranda TikTok.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2021 memanfaatkan TikTok sebagai sarana berdakwah. Mereka menghasilkan berbagai konten kreatif, seperti video pendek berisi pesan Islami, poster desain dengan nilai dakwah, ceramah, motivasi, hingga kisah inspiratif. Dalam proses pembuatannya, fitur-fitur TikTok seperti caption, filter, hashtag, fitur berbagi, serta musik dimanfaatkan secara optimal untuk memperkuat penyampaian pesan. Kegiatan ini mencerminkan partisipasi aktif generasi muda dalam menyebarkan nilai-nilai positif di era digital. Dengan memanfaatkan platform yang memiliki jangkauan luas, mereka dapat menyampaikan pesan Islami dan inspiratif secara kreatif dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Tujuan mereka adalah menarik minat pengguna TikTok agar lebih tertarik pada pesan dakwah yang disampaikan.

2. Penyebaran pesan dakwah melalui media sosial TikTok oleh Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021 tidak terlepas dari berbagai faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung meliputi peluang viralitas yang tinggi, jumlah pengguna yang banyak, serta beragam fitur yang mendukung pembuatan konten dakwah secara menarik dan

efektif. Fitur-fitur ini memungkinkan pesan dakwah tersampaikan dengan lebih luas kepada mad'u. Namun, terdapat pula beberapa kendala, seperti keterbatasan waktu dalam pembuatan konten dan dominasi konten hiburan di TikTok yang dinilai kurang memberikan manfaat, sehingga menjadi tantangan tersendiri dalam memanfaatkan platform ini sebagai media dakwah.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian terkait Analisis Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Sarana Dakwah oleh Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut:

1. Kepada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021, diharapkan agar tetap aktif memanfaatkan TikTok sebagai platform dakwah serta terus menyampaikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas.
2. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2021 juga didorong untuk lebih aktif menggunakan TikTok sebagai media dakwah, terutama di era digital saat ini di mana banyak orang menghabiskan waktu di media sosial. Oleh karena itu, TikTok dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah untuk memberikan dampak positif dan menghadirkan konten-konten inspiratif di beranda TikTok. Terlebih lagi, TikTok menyediakan berbagai fitur yang dapat dioptimalkan untuk mengelola dan membagikan konten secara kreatif dan menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Tafsirnya (edisi yang disempurnakan) jilid 2. Jakarta: Lentera Abadi. 2010
- Ardial. (2015). Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. Cet II. Jakarta. Bumi Aksara.
- Arry Pontiku. Robby Kayame. (2019) Metode Penelitian Tradisi Kualitatif. Cet I; Bogor: In Media,
- Arsip Prodi KPI diambil pada tanggal 1 Januari 2025
- as-Suhaimi. Fawwaz bin Hulayyil bin Rabah. (2018). Begini Seharusnya Berdakwah Jakarta: Darul Haq.
- Aziz Moh. Ali. (2004) M.Ag. Ilmu Dakwah. Jakarta: Kencana
- Basit Abdul. (2013). Filsafat Dakwah Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Budiman Haris. (2017). *Peran Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pendidikan*. Vol. VIII No. I
- Doni Fahlepi Roma. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja, Indonesian Journal On Software Engineering. Volume III No II.
- Fitrah Muh., Luthfiah, (2017), metode penelitian: penelitian kualitatif; Tindakan kelas dan Studi kasus, cet I, Suka Bumi: jejak,
- Hanafi, (2017), Konsep Penelitian R&D Dalam Bidang Pendidikan, Jurnal Kajian Keislaman, Vol. IV, No. II.
- <https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-Itu-TikTok-Sejarah-danBeberapa-Fitur-fiturnya.html>, (04 juli 2023)
- <https://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/saintifikaislamica/article/view/1204/953> (diakses 05 Juli 2023)
- <https://www.mastekno.com/id/apa-itu-tik-tok/>, diakses (minggu, 10 maret 2019), pukul 19.24 WIB
- <https://www.rukita.co/stories/fitur-tiktok-yang-wajib-diketahui/> (diakses, 04 Juli 2023)

Khotimah Husnul, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

Indonesia, ISBN: 978-602-6779-21-2

Inggihpangestu, Mengenal apa itu tiktok, sejarah dan beberapa Fitur-fiturnya, Idmetafora,

Kamilah Shafa Tasya, Dkk, (2023), Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja, Vol.I, No.I;ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora.

Kementrian Agama, Syaamil Al-Qur'an Miracle The Reference, (Yayasan Penyelenggara

Kushardiyanti Dessy, dkk, (2021), Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19, Volume XII No. I; Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi

Kushardiyanti Dessy, Dkk, (2021), Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19, Vol. XII, No. I: *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.

Leonita Emy, dan Nizwardi Jalinus, (2018), Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur Vol. XVIII N0. II..

Lubis Basrah, (1993), Pengantar Ilmu Dakwah, Jakarta: CV. Tursina,

Ikbil Muhammad, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

Mulawarman, (2017), Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan , Buletin Psikologi, Vol. XXV, No. I

Fadillah Nur, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 3 Februari 2025

Purbohastuti Arum Wahyuni, (2017), Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi, jurnal Tirtayasa Ekonomika, Vol. XII, No. II.

Dodi Rifaldi, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025

- Anggraini Rini, Mahasiswa KPI Angkatan 2021, Wawancara pada tanggal 2 Februari 2025
- Shintia Savitri, (2022), 11 Fitur yang wajib diketahui, Rukita, 30 April
- Setiadi Ahmad, Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi, Amik Bsi Karawang Jl. Banten No. 1 Karangpawitan, Karawang
- Sukayat Tata, (2009), Quantum Dakwah Jakarta: Rineka Cipta
- Tasmara Toto, (1997) Komunikasi Dakwah Jakarta: Media Pratama
- Umary Barmawie, (1984) Azas-Azas Ilmu Dakwah. Solo: Ramadhani
- Wahyudi M. Agus, (2021), Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah, Vol. V, No. I; Academica.
- Wibowo Adi, (2019), Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital, Vol.III, No.II; JURNAL ISLAM NUSANTARA
- Wisnu Nugroho Aji, Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra
- Wulur Meisil B, (2019) Komunikasi dakwah dan hipnoterapi, Cirebon: Mentari Jaya,
- Yusuf Muri, (2017) Metode penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan, Cet IV, Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri.
- Hidayat Rahmat Yusuf, (2019), Aktivitas Dakwah Dan Kaitannya Dengan Pengamalan Agama Pada Masyarakat Kecamatan Bakongan Kabupaten Aceh Selatan, Skripsi: Aktivitas Dakwah Dan Kaitannya Dengan Pengamalan Agama Pada Masyarakat Kecamatan Bakongan Kabupaten Aceh Selatan.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

 **MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH**
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Abdullahi No. 229 Tallo-Makassar 90011 Telp. (0411) 23001300 Makassar 90011 e-mail: ap3m@unismuh.ac.id

Nomor : 4822/05/C.4-VIII/VIII/1445/2024
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian

20 August 2024 M
16 Safar 1446

Kepada Yth,
Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar
di -
Makassar

السنة الحادية والعشرون للهجرة النبوية
Berdasarkan surat Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 637/FAI/05/A.3-II/VIII/1446/2024 tanggal 20 Agustus 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : MOH ALVIN
No. Stambuk : 105271103521
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul

"AKTIVITAS DAKWAH MEDIA SOSIAL TIKTOK MAHASISWA PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 23 Agustus 2024 s/d 23 Oktober 2024

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

السنة الحادية والعشرون للهجرة النبوية

Ketua LP3M,


Dr. Muh. Ariel Muhsin, M.Pd.
NIM 1127761

Lampiran II Dokumentasi pedoman wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar Pertanyaan

Biodata

Nama : Muhammad ikbal

Jurusan: Komunikasi penyiaran Islam

Semester :7

Akun Tiktik: Muhammad ikbal

Pertanyaan Pertama

1. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok?
Alhamdulillah saya menggunakan tiktok kurang lebih satu tahun
2. Apa alasan Anda menggunakan TikTok? saya menggunakan tiktok krna sebagai mahasiswa komunikasi dakwah kita berdakwah bkb hanya di kalangan masyarakat kita sja tp bagaimana kita juga menggunakan sosial media sebagai ladang dakwah, nah salah satunya saya memilih media tiktok.
3. Informasi apa saja yang Anda cari di TikTok? Banyak informasi biasa saya cari tiktok salah satunya saya kadang saya mencari referensi untuk saya jadikan bahan dalam berdakwah
4. Menurut Anda, apa saja kegunaan TikTok bagi Mahasiswa? banyak sekali kegunaan tiktok bagi mahasiswa selain aplikasi tiktok kita bisa gunakan untuk mencari cuang, jg bisa kita jadikan ladang dakwah di sana

Pertanyaan Kedua

1. Menurut Anda apakah TikTok dapat digunakan sebagai media dakwah? Apa Alasannya? ia bisa sekali digunakan sebagai media dakwah, krna bkn di kalangan kita sja yang mendengar tapi orang yang mungkin jg kita tidak kenal bisa dapat hidayah melalui media kita
2. Apakah Anda menggunakan TikTok sebagai media dakwah? Apa alasannya? Iya, krna saya ingin di dengar bukan hanya tetangga, saudara saya atau teman saya tp saya berusaha untuk dikenal jg oleh orang bnyak
3. Dari beberapa fitur yang disediakan oleh TikTok seperti Music, filter pada video, filter stiker, filter

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar Pertanyaan

Biodata

Nama : Abdul muslih

Jurusan: kpi

Semester : VII

Akun Tiktok: hambapenuhdosa13

Pertanyaan Pertama

1. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok?

= 3 tahun

2. Apa alasan Anda menggunakan TikTok?

= ingin menyebarkan dakwah.

3. Informasi apa saja yang Anda cari di TikTok?

= saya mencari informasi tentang berita " Yang sedang baru" Terjadi

4. Menurut Anda, apa saja kegunaan TikTok bagi Mahasiswa?

=TikTok menawarkan berbagai manfaat bagi mahasiswa, antara lain:

Pendidikan dan Penelitian

1. Sumber belajar interaktif: Video pendek tentang berbagai subjek akademik.

2. Berbagi penelitian: Mahasiswa dapat membagikan hasil penelitian dalam format yang menarik.

3. Dokumentasi proyek: Merekam proses dan hasil proyek.

Kreativitas dan Seni

1. Ekspresi diri: Mahasiswa dapat menunjukkan bakat dan kreativitas.

2. Membuat konten kreatif: Video, musik, atau tarian.

3. Promosi karya seni: Mahasiswa seni dapat mempromosikan karyanya.

Sosial dan Komunitas

1. Membangun komunitas: Mahasiswa dapat bergabung dengan komunitas yang memiliki

Fadilah🌟 di TikTok

@nurrfdllah 140 Pengikut, 99 Mengikuti, 1548 Suka ...
www.tiktok.com

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar Pertanyaan

Biodata

Nama : Nur Fadillah

Jurusan: komunikasi Dan Penyiaran
Islam

Semester : 7

Akun Tiktok: Fadilah🌟 (https://www.tiktok.com/@nurrfdllah?_t=8sis72cLuWw&_r=1)

Pertanyaan Pertama

1. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok?

J: hampir 2 tahun

2. Apa alasan Anda menggunakan TikTok?

J: Krn lebih mudah menonton banyak video.

3. Informasi apa saja yang Anda cari di TikTok?

J: Informasi tentang jualan, dakwah, dan berita2

4. Menurut Anda, apa saja kegunaan TikTok bagi Mahasiswa?

J: salah satu media yg bisa membuat konten

Pertanyaan Kedua

1. Menurut Anda apakah TikTok dapat digunakan sebagai media dakwah? Apa Alasannya?

J: iya, karena video yang di upload cepat muncul dan mudah di jangkau bagi semua kalangan

2. Apakah... [Baca selengkapnya](#)

15.50

➡ Diteruskan

PEDOMAN WAWANCARA Daftar Pertanyaan

Biodata

Nama : Rini Anggraini

Jurusan: di KPI

Semester : 7

Akun Tiktik: Rin 🍓

Pertanyaan Pertama

1. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok?

=Kurang lebih 2 tahun

2. Apa alasan Anda menggunakan TikTok?

= Karna ingin membuat konten konten yg menarik

3. Informasi apa saja yang Anda cari di TikTok?

= Dakwah, makanan dan kata-kata motivasi

4. Menurut Anda, apa saja kegunaan TikTok bagi Mahasiswa?

= Sangat banyak paling utama adalah sumber informasi bagi mahasiswa dan juga tiktok menjadi sarana untuk mengekspresikan diri

Pertanyaan Kedua

1. Menurut Anda apakah TikTok dapat digunakan sebagai media dakwah? Apa Alasannya?

= Ya, karna membuat konten dakwa di tiktok sangat bisa menggaapi khalayak yg luas melalui media sosial sehingga org2 sangat mudah jika ingin mendengarkan dakwa tanpa harus ke sumber dakwahnya langsung

2. Apakah Anda menggunakan TikTok sebagai media dakwah? Apa alasannya?

= Tidak juga, saya menggunakan dengan membuat kata2 motivasi karna saya belum cukup percaya diri untuk membuat konten dakwah

3. Dari beberapa fitur yang disediakan oleh TikTok seperti Music ,filter pada video, filter stiker, filter beauty, filter auto caption, time, fitur live, dan hastag, fitur apa saja yang Anda gunakan dalam menyampaikan pesan dakwah di Instagram?

PEDOMAN WAWANCARA
Daftar Pertanyaan

Biodata

Nama : Nurul Hikmah

Jurusan: komunikasi Dan Penyiaran Islam

Semester : 7

Akun Tiktok: hikmatul khoiriyah

Pertanyaan Pertama

1. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok?

J: sekitar 1 tahun

2. Apa alasan Anda menggunakan TikTok?

J: Krn lebih mudah menonton video pendek

3. Informasi apa saja yang Anda cari di TikTok?

J: Informasi tentang dakwah, berita, dan yg lgi trend skrng

4. Menurut Anda, apa saja kegunaan TikTok bagi Mahasiswa?

J: sebagai media komunikasi dan membuat konten

Pertanyaan Kedua

1. Menurut Anda apakah TikTok dapat digunakan sebagai media dakwah? Apa Alasannya?

J: yaa, karena video yang di upload cepat fyp dan mudah di jangkau bagi semua kalangan

2. Apakah Anda menggunakan TikTok sebagai media dakwah? Apa alasannya?

J: yaa alhamdulillah, saya menggunakan tiktok sebagai media dakwah.

3. Dari beberapa fitur yang disediakan oleh TikTok seperti Music ,filter pada video, filter stiker, filter beauty, filter auto caption, time, fitur live, dan hastag, fitur apa saja yang Anda gunakan dalam menyampaikan pesan dakwah di Instagram? Apa alasan Anda menggunakannya?

J: sy menggunakan semua fitur nyaa

4. Bagaimana bentuk konten dakwah yang Anda gunakan dalam menyampaikan pesan dakwah?

Apakah itu berupa konten video, konten poster dakwah, atau yang lainnya?

J: Alhamdulillah sy menggunakan keduanya konten

Biodata

Nama : Rifaldi Dodi

Jurusan: kpi

Semester : VII

Akun Tiktik: @rifaldhyazz

1. Sya menggunakan tiktok sudah satu tahun, tepatnya pada tanggal 11-11-2023
2. Alasannya saya menggunakan tiktok tentu yang utama yaitu untuk berdakwah, kemudian mencari inspirasi untuk mengembangkan bakat dan membangun jaringan
3. Informasi yang biasa saya cari di tiktok yaitu sesuatu yang viral dikalangan masyarakat seperti kondisi keagamaan dan sosial saat ini
4. Menurut saya kegunaan tiktok bagi mahasiswa itu sangatlah banyak. Terutama sebagai salah satu sumber edukasi dan pengetahuan, seperti video edukatif singkat tentang berbagai subjek, penjelasan konsep kompleks dengan cara yang menyenangkan dan akses ke pengetahuan dari berbagai bidang..

Pertanyaan kedua:

1. ya, karna media tiktok memiliki jangkauan luas sehingga sangat mendukung untuk menyebarkan dakwah keislaman, kemudian tiktok juga memiliki banyak fitur yang membantu menghias penyampaian dakwah tersebut seperti fitur nasyid dll
2. Iya. Karna tiktok salah satu media dakwah yang memiliki pengguna yang banyak sehingga cocok untuk dijadikan ladang dakwah
- 3.

15.41 ✓✓

Lampiran III Dokumentasi wawancara















**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Moh. Alvin

Nim : 105271103521

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	24 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	10 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 25 Januari 2025

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


Nursinah, S.Hum., M.I.P.
NBM. 964 591

Moh. Alvin 105271103521 BAB I

by Tahap Tutup



Submission date: 24-Jan-2025 06:55PM (UTC+0700)

Submission ID: 2570487322

File name: BAB_1_-_2025-01-24T195418.460.docx (39.08K)

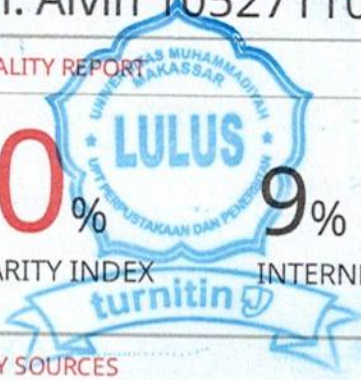
Word count: 1710

Character count: 11363

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX



9%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

Student Paper

3%

2

repository.iiq.ac.id

Internet Source

3%

3

prosiding.icaismuh.org

Internet Source

2%

4

digilib.uin-suka.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

Moh. Alvin 105271103521 BAB

II

by Tahap Tutup



Submission date: 24-Jan-2025 06:55PM (UTC+0700)

Submission ID: 2570487449

File name: BAB_2_-_2025-01-24T195501.153.docx (47.44K)

Word count: 3180

Character count: 20700

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX



24%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	mahasiswa.yai.ac.id Internet Source	5%
2	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	3%
3	123dok.com Internet Source	3%
4	repository.radenintan.ac.id Internet Source	3%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
6	repository.iainpare.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	1%
8	repository.uinfasbengkulu.ac.id Internet Source	1%
9	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1%

10	geograf.id Internet Source	1 %
11	repository.iainpekalongan.ac.id Internet Source	1 %
12	ejournal.iai-tabah.ac.id Internet Source	1 %
13	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
14	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1 %
15	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	1 %
16	Submitted to Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia Student Paper	1 %
17	ojs3.unpatti.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Moh. Alvin 105271103521 BAB

III

by Tahap Tutup



Submission date: 24-Jan-2025 06:56PM (UTC+0700)

Submission ID: 2570487532

File name: BAB_3_-_2025-01-24T195528.662.docx (33.56K)

Word count: 1317

Character count: 9041

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

LULUS

7%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Muhammad Afif Widiya Nanda, M. Samson Fajar, Muhammad Nur. "PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM DI FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO", DECODING: Jurnal Mahasiswa KPI, 2023

Publication

3%

2

text-id.123dok.com

Internet Source

2%

3

zh.scribd.com

Internet Source

2%

4

repository.upi.edu

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

Moh. Alvin 105271103521 BAB

IV

by Tahap Tutup



Submission date: 24-Jan-2025 06:56PM (UTC+0700)

Submission ID: 2570487675

File name: BAB_4_-_2025-01-24T195557.762.docx (559.6K)

Word count: 4941

Character count: 32806

ORIGINALITY REPORT

10%
SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

etd.umy.ac.id

Internet Source

5%

2

jicnusanantara.com

Internet Source

2%

3

unismuh.ac.id

Internet Source

1%

4

jurnal.iain-padangsidiimpuan.ac.id

Internet Source

1%

5

www.coursehero.com

Internet Source

1%

6

digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet Source

1%

7

Submitted to IAIN Bone

Student Paper

1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Moh. Alvin 105271103521 BAB



V

by Tahap Tutup

Submission date: 24-Jan-2025 06:57PM (UTC+0700)

Submission ID: 2570487752

File name: BAB_5_-_2025-01-24T195621.874.docx (29.74K)

Word count: 424

Character count: 2898

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX



4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.uny.ac.id

Internet Source

2%

2

geograf.id

Internet Source

2%

Exclude quotes

Off

Exclude bibliography

Off

Exclude matches

Off



RIWAYAT HIDUP



Moh. Alvin, 08 Agustus 2003, Putra ke tiga dari empat bersaudara, buah kasih pasangan dari bapak Achmad Toradin dan ibu Anis Lailah, Penulis pertama kali menempuh pendidikan tepat pada umur 5 tahun di Tk Teratai Putih Parigi Moutong, kemudian melanjutkan sekolah di SD Negeri 4 Parigi pada tahun 2009 dan selesai pada tahun 2015, pada tahun yang sama penulis melanjutkan sekolah di smp negeri 2 Parigi dan selesai 2018, pada tahun yang sama penulis melanjutkan sekolah di SMK Negeri 1 Parigi , penulis mengambil jurusan Desain Pemodelan dan informasi pembangunan (DPIB) dan selesai pada tahun 2021, penulis melanjutkan pendidikan pada tahun yang sama di ma'had Al-Birr Universitas Muhammadiyah Makassar program I'dad Lughowiy, ditahun yang sama penulis juga mendaftar menjadi mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam, fakultas agama islam, universitas muhammadiyah makassar, dan alhamdulillah selesai pada tahun 2025. Pada saat menempuh pendidikan di perguruan tinggi penulis pernah menjabat sebagai ketua bidang informasi dan dokumentasi asrama ma'had Al-Birr di tahun 2022-2023, Sekretaris Umum Himaprodi KPI Periode 2024-2025. Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha di sertai doa kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di perguruan tinggi universitas muhammadiyah makassar. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul **“Aktivitas Dakwah Media Sosial Tiktok Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar”**