

**PENGARUH KONTEN DAKWAH TIKTOK AKUN KADAM SIDIK
TERHADAP PEMAHAMAN KEISLAMAN DAN MINAT MENJADI
KREATOR DAKWAH PADA MAHASISWA KOMUNIKASI DAN
PENYIARAN ISLAM UIN DATOKARAMA PALU**



Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Gelar S.Sos Pada
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
UIN Datokarama Palu*

Oleh:

MEGA JUFRI
NIM: 214100044

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
UIN DATOKARAMA PALU
2025**

**PENGARUH KONTEN DAKWAH TIKTOK AKUN KADAM SIDIK
TERHADAP PEMAHAMAN KEISLAMAN DAN MINAT MENJADI
KREATOR DAKWAH PADA MAHASISWA KOMUNIKASI DAN
PENYIARAN ISLAM UIN DATOKARAMA PALU**



Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Gelar S.Sos Pada
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
UIN Datokarama Palu*

Oleh:

MEGA JUFRI
NIM: 214100044

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
UIN DATOKARAMA PALU
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Dengan penuh kesadaran, penyusunan yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “Pengaruh Konten Dakwah Tiktok Kadam Sidik Terhadap Pemahaman Keislaman dan Minat Menjadi Kreator Dakwah Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Datokarama Palu” ini benar adalah hasil karya sendiri, jika dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan atau dibuatkan orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya, batal demi hukum.

Palu, Mei 2025
14 Rajab 1446 H
Penulis



MEGAJUERI
NIM.214100044

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah Tiktok Kadam Sidik Terhadap Pemahaman Keislaman dan Minat Menjadi Kreator Dakwah Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Datokarama Palu” Oleh Mega Jufri, Nim: 214100044, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi Skripsi yang bersangkutan maka masing-masing pembimbing memandang bahwa Skripsi telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diujikan.

Palu, 17 Juni 2025

21 Dzulhijjah 1446 H

Pembimbing I



Dr. Nurasia Munir, S.Pd.I., M.Pd.
Nip :198310272009122003

Pembimbing II

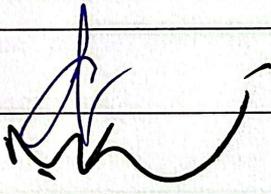
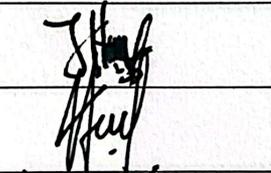
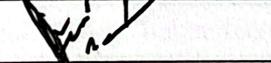


Fitriingsih, S.S., S.Pd., M.Hum.
Nip :198506222015032002

PENGESAHAN SKRIPSI

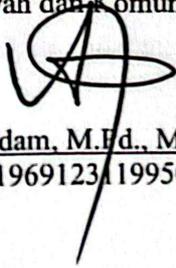
Skripsi saudara Mega jufri NIM. 214100044 dengan judul "Pengaruh Konten Dakwah Tiktok Akun Kadam Sidik Terhadap Pemahaman Keislaman dan Minat Menjadi Kreator Dakwah Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Datokarama Palu" yang telah dimunaqasyakan oleh dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada Selasa , Juli 2025, yang bertepatan pada tanggal 09 Dhul Qadah 1446 pada pukul 11.00. Dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulis karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Serjana Ilmu Social (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dengan beberapa perbaikan

DEWAN PENGUJI

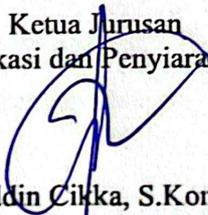
JABATAN	NAMA	TANDA TANGAN
Ketua Tim Penguji	Dr.Hairuddin Cikka, S.Kom.I., M.Pd.I.	
Penguji Utama I	Mokh. Ulil Hidayat, S.Ag., M.Fil.I.	
Penguji Utama II	Rizqa Sabrina Badjarad, S.Psi., M.Psi.	
Pembimbing/Penguji I	Dr. Nurasia Munir, S.Pd.I., M.Pd.	
Pembimbing/Penguji II	Fitriningsih, S.S., S.Pd., M.Hum	

Mengetahui

Dekan Fakultas
Dakwah dan Komunikasi Islam


Dr. Adam, M.Ed., M.Si
NIP. 196912311995031005

Ketua Jurusan
Komunikasi dan Penyiaran Islam


Dr. Hairuddin Cikka, S.Kom.I., M.I.Kom
NIP. 198812302019031005

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt, karena berkat rahmat dan hidayahnya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan target yang telah direncanakan. Shalawat dan salam penulis persembahkan kepada nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga beliau, sahabat-sahabat dan pengikut beliau. Sosok agung tanpa cela sosok yang menjadi panutan milyaran manusia dimuka bumi, sosok yang menempati peringkat 1 dalam buku Micheal H. Hart, yang menunjukkan bukti konkrit tertulis pengakuan dunia atas sumbangsi yang telah beliau berikan terhadap peradaban manusia. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan, baik moril maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Rektor UIN Datokarama Palu, Prof. Dr. H. Lukman S Thahir, M. Ag. yang telah banyak memeberikan kebijakan selama perkuliahan dan penyelesaian studi hingga semuanya dapat berjalan dengan lancar.
2. Bapak Dr. Adam, M.Pd., M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) beserta jajaranya.
3. Bapak Dr. Hairuddin Cikka, S.Kom.I., M.I.Kom selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Ibu Dr. Nurasia Munir, S.Pd.I., M.Pd. Selaku pembimbing I dan Ibu Fitriingsih, S.S., S.Pd., M.Hum. selaku pembimbing II yang dalam penyusunan Skripsi ini dengan iklas telah membimbing penulis, memberi saran serta motivasi sehingga dengan segala kekurangan yang dimiliki penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan harapan.

5. Ibu Nurwahida Alimuddin, S.Ag., M.A. selaku penasehat akademik, yang selalu bersedia meluangkan waktunya mendengar keluh kesah dari penulis dan selalu memotivasi penulis agar terus giat dalam mengikuti perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan UIN Datokarama Palu, yang dengan ikhlas memberikan pelayanan selama penulis mengikuti rutinitas akademik.
7. Bapak Rifai, S.E, M.M selaku kepala perpustakaan UIN Datokarama Palu yang telah membantu penulis untuk memperoleh berbagai data dalam penyusunan skripsi ini dan seluruh stafnya yang telah membantu meminjamkan literatur yang sangat dibutuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada Cinta pertama dalam hidup penulis, Ayah Jufri , seorang ayah yang menjadi alasan penulis masih bertahan sampai saat ini. Terimakasih engkau selalu memberikan kasih sayang yang luar biasa besar, nasihat, semangat dan doa yang terbaik untuk putri kecilmu ini.
9. Almahrumah Mama Tercinta, Andi Rennu. Mama yang selalu penulis rindukan dan cintai, semoga mama melihat putri kecilnya dari tempat terbaik di sisi-Nya. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud bakti dan cinta kasih kepada mama. Andai waktu mengizinkan, penulis ingin memeluk dan menyampaikan rasa rindu, terima kasih, serta permohonan maaf. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan kasih sayang-Nya.
10. Saudara penulis satu satunya Ahmad Muharram Jufri, orang yang selalu ada buat penulis, terima kasih telah menjadi penyemangat dan bagian besar untuk hidup ini.
11. Kepada pemilik tanggal lahir 13 September 2002 (MSM) Terimakasih telah menjadi sosok pendamping setia dalam segala hal, yang menemani penulis

dari awal perkuliahan sampai saat ini, tempat berbagi suka duka, memberi dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

12. Sahabat saya yang bernama Putri Whildania, Jihan Ri'fai dan Azhari yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa di setiap langkah perjalanan saya. Terima kaih atas kebersamaan dan momen indah yang telah ada selama perkuliahan ini.
13. Sahabat semasa sekolah penulis Tri, icing, ica, dela, ranti, budi dan mufa yang selalu menjadi tempat berdiskusi dalam meminta saran dan masukan selama proses perkuliahan dan menjadi pendengar dari keluh kesah penulis.
14. Mega Jufri, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibbilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Terakhir kepada semua pihak, penulis senantiasa mendoakan semoga segala bantuan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan yang tidak terhingga dari Allah Swt dan semoga skripsi ini dapat bagi pembaca.

Palu, Januari 2025
14 Rajab 1446 H

Mega Jufri
NIM.214100044

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	I
JUDUL.....	II
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	III
LEMBAR PERSETUJUAN.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	IV
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
ABSTRAK.....	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Garis-Garis Besar Isi	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori	13
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan Dan Desain Penelitian.....	40
B. Populasi Dan Sampel Penelitian	41
1. Populasi	41
2. Sampel	42
C. Variabel Penelitian	44
D. Definisi Operasional.....	45
1. Konten Dakwah Tiktok	46
2. Pengaruh Pemahaman Keislaman	47
E. Instrumen Penelitian.....	50

F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
1. Observasi	53
2. Angket (Kuesioner)	54
3. Dokumentasi	58
G. Teknik Analisis Data.....	58
1. Uji Normalitas	59
2. Uji Homogenitas	59
3. Uji Regresi Linier Sederhana	59
4. Uji Hipotesis T	60
5. Uji F.....	61
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Deskripsi Penelitian	62
B. Hasil Penelitian Pengaruh Konten Dakwah Tiktok.....	66
C. Pembahasan Hasil Penelitian	94
BAB V PENUTUP	99
A. Kesimpulan	100
B. Implikasi Penelitian.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa KPI	42
Tabel 3.2 Skala Likert	51
Tabel 3.3 Kisi-kisi Interumen Konten Dakwah	52
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Pemahaman Keislaman	52
Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Minat Menjadi Kreator Dakwah	53
Tabel 3.6 Uji Reabilitas X	57
Tabel 3.7 Uji Reabilitas Y1	57
Tabel 3.8 Uji Reabilitas Y2	58
Tabel 4.1 Uji Normalitas X Terhadap Y1	83
Tabel 4.2 Uji Normalitas X Terhadap Y2	84
Tabel 4.3 Uji Homogenitas X Terhadap Y1	85
Tabel 4.4 Uji Homogenitas X Terhadap Y2	85
Tabel 4.5 Uji Regresi Linier X Terhadap Y1	86
Tabel 4.6 Uji Regresi Linier X Terhadap Y2	87
Tabel 4.7 Uji T X Terhadap Y1	88
Tabel 4.8 Uji T X Terhadap Y2	89
Tabel 4.9 Uji F X Terhadap Y1	90
Tabel 4.10 Uji F X Terhadap Y2	91
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi X Terhadap Y1	92
Tabel 4.12 Uji Uji Koefisien Determinasi X Terhadap Y2	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Profil Kadam Sidik.....	65
Gambar 4.2 Social Blade.....	66
Gambar 4.3 Grafik Pernyataan 1 Komunikasi Interpersonal	68
Gambar 4.4 Grafik Pernyataan 2 Komunikasi Interpersonal	69
Gambar 4.5 Grafik Pernyataan 3 Komunikasi Interpersonal	69
Gambar 4.6 Grafik Pernyataan 4 Komunikasi Interpersonal	70
Gambar 4.7 Grafik Pernyataan 5 Komunikasi Interpersonal	70
Gambar 4.8 Grafik Pernyataan 6 Komunikasi Interpersonal	71
Gambar 4.9 Grafik Pernyataan 7 Komunikasi Interpersonal	71
Gambar 4.10 Grafik Pernyataan 8 Komunikasi Interpersonal	72
Gambar 4.11 Grafik Pernyataan 9 Media Richness	72
Gambar 4.12 Grafik Pernyataan 10 Media Richness	73
Gambar 4.13 Grafik Pernyataan 11 Media Richness	73
Gambar 4.14 Grafik Pernyataan 12 Media Richness	74
Gambar 4.15 Grafik Pernyataan 13 Media Richness	74
Gambar 4.16 Grafik Pernyataan 14 Difusi Inovasi.....	75
Gambar 4.17 Grafik Pernyataan 15 Difusi Inovasi.....	75
Gambar 4.18 Grafik Pernyataan 16 Difusi Inovasi.....	76
Gambar 4.19 Grafik Pernyataan 17 Difusi Inovasi.....	76
Gambar 4.20 Grafik Pernyataan 18 Difusi Inovasi.....	77
Gambar 4.21 Grafik Pernyataan 19 Difusi Inovasi.....	77
Gambar 4.22 Grafik Pernyataan 20 Difusi Inovasi.....	78
Gambar 4.23 Grafik Pernyataan 21 Difusi Inovasi.....	78
Gambar 4.24 Grafik Pernyataan 22 Difusi Inovasi.....	79

Gambar 4.25 Grafik Pernyataan 23 Difusi Inovasi.....	79
Gambar 4.26 Grafik Pernyataan 24 Difusi Inovasi.....	80
Gambar 4.27 Grafik Pernyataan 25 Minat	80
Gambar 4.28 Grafik Pernyataan 26 Minat	81
Gambar 4.29 Grafik Pernyataan 27 Minat	81
Gambar 4.30 Grafik Pernyataan 28 Minat	82

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner /Angket Penelitian Sebelum Validasi
- Lampiran 2. Kuesioner /Angket Penelitian Setelah Validasi
- Lampiran 3. Pembagian Kuesioner Sebelum Turun Penelitian
- Lampiran 4. Tabulasi Angket Sebelum Validasi
- Lampiran 5. Uji Validitas Variabel Konten Dakwah (X) Sebelum Penelitian
- Lampiran 6. Uji Validitas Variabel Pemahaman Keislaman (Y) Sebelum Penelitian
- Lampiran 7. Doukumentasi Izin Penelitian
- Lampiran 8. Doukumentasi Pengisian Kuesioner Melalui Google Form Kepada Sampel
- Lampiran 9. Doukumentasi Konten Tiktok Ustadz Khadam Sidik
- Lampiran 10. Tabulasi Angket Sebetelah Penelitian
- Lampiran 11. Uji Validitas Setiap Variabel Setelah Penelitian (R Hitung dan R Tabel
- Lampiran 12. Uji Validitas Setiap Variabel Setelah Penelitian (SPSS)
- Lampiran 13 : Surat Keterangan Telah Selesai Meneliti Dari Desa

ABSTRAK

Nama : Mega Jufri
NIM : 21410044
Judul Skripsi : PENGARUH KONTEN DAKWAH TIKTOK KADAM SIDIK TERHADAP PEMAHAMAN KEISLAMAN DAN MINAT MENJADI KONTEN KREATOR PADA MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UIN DATOKARAMA PALU

Penelitian ini mengkaji pengaruh konten dakwah TikTok akun Kadam Sidik terhadap pemahaman keislaman dan minat menjadi kreator dakwah mahasiswa KPI UIN Datokarama Palu. Kajian ini membahas teori komunikasi interpersonal, media, difusi inovasi dan minat. Media sosial, khususnya TikTok, dipandang efektif sebagai sarana dakwah yang menarik dan sesuai dengan karakteristik generasi Z.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier sederhana. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 118 responden dan dianalisis menggunakan SPSS, meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, homogenitas, serta uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah TikTok akun Kadam Sidik berpengaruh signifikan terhadap pemahaman keislaman, dengan nilai t hitung $12,838 > 2,000$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 46,7%. Sementara itu, pengaruh terhadap minat menjadi kreator dakwah juga signifikan dengan t hitung $11,479 > 2,000$ dan R^2 sebesar 22%.

Dengan demikian, konten dakwah TikTok akun Kadam Sidik terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman keislaman dan mendorong minat mahasiswa untuk berdakwah melalui media digital secara kreatif dan relevan.

Penelitian ini memperkuat peran dakwah digital dalam membentuk pemahaman keislaman dan minat berdakwah generasi Z, serta mendorong pemanfaatan media sosial oleh pendidik, orang tua, dan institusi.

Kata Kunci: Dakwah Digital, TikTok, Kadam Sidik, Pemahaman Keislaman, Minat Kreator Dakwah, Generasi Z.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Istilah “dakwah” berasal dari kata Arab (ad-da’wah), yang merupakan bentuk masdar dari akar kata Arab (da’a-yad’u). Dakwah dapat didefinisikan sebagai kegiatan ajakan baik dalam bentuk tulisan, lisan, atau tingkah laku lainnya yang dilakukan secara sadar dan berencana dengan tujuan mempengaruhi orang lain, baik secara individu maupun kelompok, untuk mendapatkan pengertian, kesadaran, sikap penghayatan dan pengalaman ajaran agama dengan cara yang tidak paksaan.¹ Dakwah juga mempengaruhi individu atau kelompok dengan cara yang positif contohnya seperti mendorong untuk mengetahui nilai-nilai agama.

Dakwah merupakan usaha menyampaikan sesuatu kepada orang lain, baik itu perorangan atau kelompok tentang pandangan dan tujuan hidup dalam Islam. Dakwah diartikan sebagai seruan, ajakan, dan panggilan. Dengan adanya aplikasi tiktok kesempatan berdakwah semakin besar, karena siapapun berhak menyampaikan dakwah. Salah satu media kontemporer untuk pembuatan konten dakwah adalah aplikasi Tiktok.² Usaha untuk menyampaikan pandangan dan tujuan hidup dalam islam, kini semakin terbuka dengan adanya aplikasi Tiktok. Media ini memberikan kesempatan pada siapa saja untuk berbagi pesan dakwah.

¹ Aliasan, “Metode Dakwah Menurut Al-Quran,” *Wardah* 12, no. 2 (2015): 144. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/warda/article/view/234> (27 Juli 2024).

² Syamsuddin, “*Pengantar Sosiologi Dakwah*” (Cet. I; Jakarta: jl. Tamba Raya, 2016), 10.

Konten Islami memiliki nilai dakwah, yang berarti menyebarkan ajaran Islam kepada orang lain. Konten Islami adalah informasi tentang nilai-nilai keagamaan yang disampaikan baik secara pribadi maupun kepada banyak orang. Pendakwah modern berkembang menjadi lebih dari seorang da'i atau ulama yang berbicara diatas mimbar. Berdakwah dapat dimulai dengan hal-hal kecil dan luas, seperti diri kita sendiri. Berdakwah adalah kewajiban bagi setiap muslim untuk menyampaikan perintah untuk mengajak pada kebaikan. Dakwah memiliki peran dan pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia. Seiring dengan berkembangnya teknologi, dakwah sekarang dapat diakses melalui media sosial salah satunya Tiktok.³ Dakwah juga mencakup penggunaan berbagai strategi komunikasi yang kreatif dan efektif, seperti pengajaran, diskusi, serta media sosial, untuk mencapai audiens lebih luas dan meningkatkan pemahaman tentang nilai-nilai agama.

Sebagaimana firman Allah Swt. dalam Q.S. An-Nahl/16: 125:

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

Artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S. An-Nahl/16: 125).⁴

³ Nur Hadiah, “Peran Tiktok Sebagai Konten Islami Dalam Memberikan Pemahaman Keislaman Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 IAIN Parepare” (Skripsi diterbitkan, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negri, Parepare, 2022):2.

⁴ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, hlm. 380.

Media sosial pada dasarnya adalah sekumpulan alat *online* yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara sosial satu sama lain. Berbeda dengan media tradisional, seperti buku dan televisi, yang menyampaikan pesan kepada khalayak luas tetapi tidak memungkinkan pengguna media sosial berbicara satu sama lain tentang pesan tersebut. Media sosial telah mengubah cara berkomunikasi dari monolog ke dialogis. Hal ini menunjukkan fase perkembangan teknologi media sosial yang memperlihatkan demografi penggunanya.⁵ Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan alat komunikasi yang digunakan dalam berinteraksi sosial.

Saat ini di Indonesia sendiri tidak sedikit masyarakat menggunakan media sosial, terlebih lagi para remaja kalangan sekolah sampai mahasiswa.⁶ Hal ini tidak dapat dipungkiri lagi karena media sosial adalah alat komunikasi yang berguna dan memiliki fitur yang dapat diandalkan untuk menyampaikan pesan dalam bentuk gambar, video, dan berita. Selain itu, pengguna media sosial di era modern dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja melalui ponsel pintar dan komputer. Media

⁵ Sri Hartinah dan Said Bambang Nurcahya, "Peranan Mahasiswa Dalam Bela Negara Menggunakan Media Sosial Dengan Konten Kekinian" *Jurnal Sosio dan Humoniora* 1, no.1 (2022): 50. <http://jurnal.politeknikpajajaran.ac.id/index.php/soma/article/view/37> (Diakses 28 Juli 2024).

⁶ Nora Usrina, "Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar- Risalah" (Skripsi Diterbitkan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2021):3-4. (Diakses 28 Juli 2024)

sosial memiliki banyak aplikasi, seperti Line, Instagram, Facebook, Youtube, dan Tiktok.

Tiktok adalah salah satu aplikasi yang sangat populer saat ini.⁷ Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek *special* yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang bagus dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya.⁸ Saat ini banyak yang menggunakan Tiktok yang dapat memungkinkan penggunaanya untuk dengan mudah membuat video pendek yang menarik dengan efek spesial, sehingga dapat memikat perhatian banyak penonton.

Munculnya Tiktok membuat banyak da'i muda menggunakannya sebagai media dakwahnya, dan bahkan banyak khalayak umum mulai menyebarkan video Islami dengan pesan dakwah. Namun, tidak semua akun tiktok memiliki banyak pengunjung dalam setiap videonya karena kurang konsisten, menarik, dan unik dalam menyebarkan pesan dakwah melalui akun mereka sendiri pada aplikasi tiktok.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ismah Faturohmi dan Chairiawaty dalam jurnal "Pesan Dakwah Dalam Akun @Basyasman00", Tiktok merupakan salah satu media sosial yang bisa dijadikan sebagai media penyampaian pesan

⁷ Nur Indah Sari, "Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi *Tiktok* Terhadap Pembentukan Ahklak Generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap" (Skripsi Diterbitkan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Jurusan Manajemen Dakwah, Institut Agama Islam Negeri, Parepare, 2023):1.

⁸ Riska Marini, "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah" (Skripsi Diterbitkan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Jurusan Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2019): 35.

dakwah, melihat dari kegunaanya yang mampu menyebarkan pesan kepada khalayak, meniadakan jarak antara da'i dengan mad'u.⁹

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Tsalits Maratun Nafiah, dkk dalam jurnal "Platform Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Remaja Milenial", Analisis khalayak dalam proses perencanaan komunikasi dakwah Husain memilih kaum remaja millennial karena mereka memiliki sikap keterbukaan dalam berfikir, dengan demikian mereka akan membawa perubahan yang signifikan dalam masyarakat.¹⁰

Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Nusti dalam jurnal "Efektivitas Konten Dakwah Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara", Konten dakwah memiliki efek terhadap perubahan sikap, dan perilaku mahasiswa dalam konteks keagamaan dan sosial. Akan tetapi perubahan tersebut tidak secara signifikan melainkan secara bertahap.¹¹

Salah satu akun yang menggunakan media Tiktok untuk berdakwah adalah akun milik Husain Basyaiban yaitu @kadamsidik00. Husein Basyaiban merupakan ustad muda yang menggunakan media sosial salah satunya media Tiktok. Akun

⁹ Ismah Faturohmi dan Chairiawaty, "Pesan Dakwah Dalam AKUN @Basyasman00" *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 2, No. 1 (2022): 30. <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/download/861/610> (Diakses 2 Oktober 2024)

¹⁰ Tsalits Maratun Nafiah, dkk, "Platform Tiktok Sebagai Media Dakwah di Kalangan Remaja Milenial" *Hikmah* 16, No. 2 (2022): 194 <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/Hik/article/download/6609/pdf> (Diakses 2 Oktober 2024).

¹¹ Nusti, "Efektifitas Konten Dakwah Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara" *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 2, No.2 (2024): 158 <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik/article/download/159/93/587> (Diakses 2 Oktober 2024)

tiktok @kadamsidik00 merupakan salah satu akun dakwah yang memiliki 6,1 juta pengikut 369,1 juta tanda suka dan berdasarkan profil TikTok @kadamsidik00, per 9 Juli 2025, akun tersebut memiliki total 1,110 video yang dipublikasikan.¹² Akun dakwah @kadamsidik00 dengan konsisten menyebarkan pesan dakwah dalam bentuk video pendek pada akun tiktok miliknya. Akun @kadamsidik00 pertama kali mengunggah video pada bulan Mei 2020. Walaupun konten tentang dakwah di tiktok lebih sedikit daripada konten hiburan, pesan yang disampaikan pada akun @kadamsidik00 secara konsisten menarik perhatian pengguna.¹³

Dari hasil observasi awal yang dilakukan peneliti pada 7 Agustus 2024, ditemukan bahwa tidak semua mahasiswa yang mengakses konten dakwah tersebut mengalami peningkatan pemahaman keislaman yang sama. Sebagian mahasiswa merasa terinspirasi dan terdorong untuk memperdalam ajaran Islam, namun sebagian lainnya hanya menonton tanpa ada perubahan signifikan dalam pemahaman maupun perilaku keislaman mereka. Selain itu, meskipun beberapa mahasiswa mulai tertarik untuk membuat konten dakwah sendiri, masih banyak yang belum memiliki keberanian atau kemampuan untuk memproduksi konten secara mandiri.

Kondisi ini menunjukkan adanya tantangan dalam optimalisasi media sosial sebagai sarana dakwah digital. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara ilmiah bagaimana pengaruh konten dakwah TikTok Kadam Sidik terhadap

¹² Tokcounter, "Kadamsidik00 TikTok Live Follower Count," diakses pada 9 Juli 2025, dari <https://tokcounter.com/@kadamsidik00>.

¹³ Salim Syahid Anshori, "Penggunaan Tiktok Sebagai Media Komunikasi Dakwah (Study Netnografi Pada Akun @kadamsidik00)," (Skripsi Diterbitkan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau,2023):7-8.

pemahaman keislaman dan minat mahasiswa KPI UIN Datokarama Palu dalam menjadi kreator dakwah.

Berdasarkan latar belakang pembahasan tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang Pengaruh Konten Dakwah Tiktok Kadam Sidik Terhadap Pengetahuan Keislaman Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Datokarama Palu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh konten dakwah tiktok Kadam Sidik terhadap pemahaman keislaman dan minat menjadi kreator dakwah pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam UIN Datokarama Palu?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1) Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai di dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten dakwah tiktok Kadam Sidik terhadap pengetahuan keislaman komunikasi dan penyiaran Islam UIN Datokarama Palu

2) Kegunaan Penelitian

Pada sebuah penelitian tentu saja ada kegunaan yang akan ditemukan, baik untuk penulis maupun pembaca, terdapat dua kegunaan yaitu:

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi, wawasan, terkait tentang pengaruh konten dakwah tiktok Kadam Sidik terhadap pengetahuan keislaman pada mahasiswa dan apakah ada efek yang ditimbulkan pasca mengakses konten dakwah tiktok Kadam Sidik. Serta diharapkan juga menjadi bahan referensi pada penelitian.

b. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dalam penelitian ini di uraikan menjadi tiga yaitu: manfaat bagi peneliti, mahasiswa dan kampus.

1. Peneliti

Menambah wawasan peneliti mengenai peran tiktok sebagai konten islami, sehingga dapat dijadikan acuan bagi peneliti dalam menggunakan aplikasi Tiktok dengan baik.

2. Mahasiswa

Dapat menambah wawasan dan sebagai bahan masukan yang membangun bagi mahasiswa, sehingga dapat memanfaatkan aplikasi tersebut dengan baik.

3. Kampus

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk pengembangan dan masukan bagi kampus agar dapat memberikan pengetahuan mendalam tentang keislaman.

D. Garis-Garis Besar Isi

Skripsi ini terdiri dari lima bab yang saling berkaitan satu sama lain. Setiap bab membahas aspek yang berbeda namun tetap saling mendukung dalam menjelaskan pengaruh konten dakwah TikTok Kadam Sidik terhadap pengetahuan keislaman dan minat menjadi konten kreator dakwah. Adapun uraian garis besar isi masing-masing bab adalah sebagai berikut:

Bab I Menjelaskan bahwa pentingnya dakwah dalam Islam, terutama dalam konteks media sosial yang berkembang pesat seperti TikTok. Peneliti menjelaskan bagaimana media sosial menjadi sarana alternatif berdakwah yang efektif, khususnya di kalangan remaja dan mahasiswa. Salah satu akun yang menjadi objek penelitian adalah @kadamsidik00 yang dikelola oleh Husein Basyaiban. Dalam bab ini juga dikemukakan rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian, serta definisi operasional dan sistematika penulisan.

Bab II Mengkaji teori-teori yang relevan seperti teori Komunikasi Interpersonal oleh Suranto, teori Media *Richness* oleh Daft dan Lengel, teori Difusi inovasi oleh Everett M. Rogers dan teori Minat oleh Muhibbin Syah. Peneliti juga membahas dakwah digital, peran media sosial TikTok sebagai media dakwah, serta perkembangan konten dakwah di era digital. Selain itu, dijelaskan juga karakteristik mahasiswa KPI sebagai audiens, dan pengaruh konten terhadap perilaku serta pemahaman keislaman. Penelitian terdahulu yang relevan turut diulas sebagai dasar pembandingan.

Bab III merupakan bab metode penelitian yang memuat metodologi kuantitatif. Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa KPI UIN Datokarama Palu sebagai populasi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan software SPSS 26. Uji yang digunakan meliputi validitas, reliabilitas,

regresi linier sederhana, dan uji-t untuk mengetahui pengaruh konten dakwah TikTok terhadap pemahaman keislaman dan minat menjadi konten kreator dakwah.

Bab IV menyajikan hasil penelitian dan pembahasannya. Berdasarkan analisis data, konten dakwah TikTok oleh akun @kadamsidik00 terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pengetahuan keislaman dan mendorong minat mahasiswa untuk menjadi kreator dakwah digital. Hasil uji regresi menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai thitung $>$ ttabel, yang memperkuat adanya hubungan antara variabel-variabel tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki potensi besar dalam membentuk karakter religius generasi muda.

Bab V menyimpulkan bahwa konten dakwah TikTok oleh Kadam Sidik berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pemahaman keislaman dan minat menjadi kreator dakwah di kalangan mahasiswa KPI UIN Datokarama Palu. Hasil regresi menunjukkan bahwa 46,7% variasi pemahaman keislaman dan 22% variasi minat berdakwah dipengaruhi oleh konten tersebut. Penelitian ini memperkuat teori komunikasi dakwah dan relevansi media sosial sebagai sarana internalisasi nilai keislaman yang sesuai dengan karakteristik generasi digital. Implikasi praktisnya mencakup keterlibatan orang tua dalam pengawasan konten, integrasi media sosial dalam metode pembelajaran agama oleh pendidik, perumusan kebijakan literasi digital oleh pemerintah, serta pengembangan kurikulum dakwah digital oleh institusi kampus untuk mendukung kreativitas mahasiswa dalam berdakwah secara modern dan efektif.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dijadikan sebagai dasar pijakan dalam rangka untuk mengetahui penelitian yang telah ada sebelumnya, penelitian tersebut dapat dijadikan referensi sebagai perbandingan antara penelitian yang sekarang dengan sebelumnya. Dalam penelitian ini dengan judul “Pengaruh Konten Dakwah Tiktok Kadam Sidik Terhadap Pemahaman Keislaman dan Minat Menjadi Kreator Dakwah Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Palu”. Penulis menemukan empat judul penelitian yang telah dilakukan oleh penulis sebelumnya, antara lain:

1. Dwi Putri Robiatul Adawiyah (2020) dengan judul: “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang”. Dari penelitian tersebut terdapat hasil yang diperoleh peneliti bahwa pengguna media sosial *tiktok* dapat mempengaruhi kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang dan terdapat pengaruh yang signifikan.¹ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variable penelitian yaitu aplikasi tiktok, dan metode penelitian yaitu kuantitatif. Penelitian terdahulu mengkaji tentang pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja, lokasi yang di gunakan berada di Kabupaten Sampang. Penelitian sekarang ini mengkaji tentang bagaimana pengaruh konten dakwah tiktok kadam sidik terhadap pengetahuan keislaman mahasiswa, Lokasi yang di gunakan berada di Kota Palu.

¹ Dwi Putri Robiatul Adawiyah, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercaayn Diri Remaja di Kabupaten Sampang” *Jurnal komunikasi* 14, no. 2 (2020): 146 <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/7504> (31 Juli 2024).

2. Vika Maya Prasdina (2022) dalam penelitiannya berjudul “Analisis Konten Dakwah Pada Akun Media Sosial Instagram @Hanan_Attaki” menemukan bahwa Ustadz Hanan Attaki menyampaikan dakwah dengan menekankan pada pesan-pesan yang memberikan motivasi berupa imbalan atas perbuatan baik yang dilakukan oleh mad’u.² Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variable penelitian yaitu konten dakwah. Perbedaan penelitian terdahulu mengkaji tentang Analisis Konten Dakwah Pada Akun Media Sosial Instagram @Hanan_Attaki pada Periode Januari – Mei 2021 dan metode yang digunakan kualitatif. Penelitian sekarang ini mengkaji tentang bagaimana Pengaruh Konten Dakwah Tiktok Kadam Sidik Terhadap Pemahaman Keislaman Mahasiswa dan menggunakan metode kuantitatif.
3. Dian Nur Utami (2022) dalam penelitiannya berjudul “Metode Dakwah Husain Basyaiban Melalui Tiktok” menemukan bahwa Husain Basyaiban menggunakan metode bil hikmah, mau’idzatil hasanah, dan al-mujadalah bil-lati hiya ahsan. Ia menyampaikan dakwah dengan bahasa yang sesuai anak muda, memberi nasihat yang mudah dipahami, serta berdialog melalui kolom komentar.³ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah objek penelitiannya yaitu Husain Basyaiban, dan variable penelitian yaitu tiktok.

² Vika Maya Prasdina, “Analisis Konten Dakwah Pada Akun Media Sosial Instagram @Hanan_attaki pada Periode Januari – Mei 2021”,(Skripsi,diterbitkan Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2022):78 (31 Juli 2024).

³ Dian Nur Utami, “Metode Dakwah Husain Basyaiban Melalui Tiktok” (Skripsi diterbitkan Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2022): 118 (31 Juli 2024).

Perbedaan penelitian terdahulu mengarah pada metode dakwah dan metode yang digunakan kualitatif. Penelitian sekarang ini mengarah pada pengaruh konten dakwah pada pengetahuan keislaman dan menggunakan metode kuantitatif.

4. Muthoatul Chansa (2021) dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Pesan Dakwah Terhadap Minat Mengikuti Pengajian Agama” menemukan bahwa pesan dakwah di akun Instagram @remisyaoofficial berpengaruh signifikan terhadap minat mengikuti pengajian, dibuktikan dengan koefisien regresi 1,008 dan nilai t sebesar 6,651.⁴ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah variabel yang digunakan yaitu minat dan media sosial dan metode penelitian yaitu kuantitatif. Perbedaan penelitian terdahulu mengarah pada minat mengikuti pengajian agama pada aplikasi Instagram dan penelitian ini mengkaji tentang minat menjadi kreator dakwah pada aplikasi Tiktok.

B. Kajian Teori

1. Dakwah Media Sosial

a. Pengertian Dakwah

Menurut Abd. Kholiq Pengertian dakwah secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa Arab dari kata du'aa atau dakwah dalam isim Masdar dari du'aa yang keduanya mempunyai arti sama yaitu ajakan atau panggilan.⁵ Menurut

⁴ Muthoatul Chansa, “Pengaruh Pesan Dakwah Terhadap Minat Mengikuti Pengajian Agama (Studi Pada Akun Instagram @remisyaoofficial),” (2021):74
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55205/1/MUTHOATUL_CHASNA-FDK.pdf. (4 maret 2025)

⁵ Abd. Kholiq dan Shofiyah, “Implementasi Al-Hikmah Dalam Metode Dakwah di Surah An-Nahl Ayat 125” *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6, No.2 (2022): 158
<http://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/1155> (4 Oktober 2024)

Mardan dakwah merupakan ujung tombak bagi setiap masyarakat Islam untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat. Kegiatan dakwah sangat penting dilakukan untuk menyadarkan, memotivasi, mendorong, membangkitkan dan memberdayakan seluruh potensi yang ada dalam diri masyarakat Islam secara maksimal dan berkesinambungan.⁶ Selain itu menurut Saiful Islam dakwah merupakan suatu proses penyampaian (tabligh) pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atas seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.⁷ Dari beberapa pengertian dakwah di atas maka dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan kegiatan mengajak seseorang untuk berbuat kebaikan.

Dakwah dari segi istilah, Menurut Muhd Norazam Nordin, berarti mendorong orang untuk melakukan Kebajikan dan petunjuk. Agar mereka mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat, dakwah juga dapat mengarahkan mereka untuk berbuat baik dan menghindari perbuatan buruk.⁸ Dengan kata lain, dakwah berarti mengajak orang lain dengan kebijaksanaan dan hikmah untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.

Sedangkan menurut Hajar Tahir dakwah dari segi istilah maka sulit menentukan secara pasti, sebab kata dakwah khususnya di dalam Al-Qur'an

⁶ Mardan Mahmuda, "Dakwah dan Pemberdayaan" *Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 7, No. 1 (2020):10 <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah/article/view/1470> (4 Oktober 2024)

⁷ Saiful Islam dan Latifatur Oktavia, "Dakwah Dalam Pendekatan Filsafat Komunikasi" *Jurnal Ushuluddin dan Tasawuf*, 2, no. 1 (2024):44 <https://ejournal.kalamnusantara.org/index.php/maqamat/article/view/147> (5 Oktober 2024)

⁸ Muhd Norazam Nordin, dkk, "Sumbangan Syeikh Mohamed Idris Almarbawi Dalam Dakwah Islamiyyah di Malaysia" *Jurnal Maw'izah* Jilid 1 (2018):17 <https://unimel.edu.my/journal/index.php/JMAW/article/view/223> (5 Oktober 2024)

memiliki term dan makna yang berbeda. Namun meskipun term dakwah banyak dijumpai dalam Al-Qur'an, selain itu kata tersebut memiliki keistimewaan sebab umat Muhammad saw. Selaku ahli waris bebas menunjukkan perilaku tertentu sebagai umpan positif kegiatan dakwah.⁹ Proses untuk merubah orang lain dari sesuatu yang buruk menuju sesuatu yang lebih baik.

b. Subjek Dakwah

Subjek adalah orang yang melakukan, atau pelaku. Subjek dakwah dalam Bahasa Arab disebut da'i, yang berarti orang yang berdakwah, sebanding dengan Isim fa'il, yang berarti orang yang melakukan pekerjaan. Dalam beberapa surat Al-Qur'an yang membahas masalah dakwah, seperti yang telah diuraikan di atas, diperoleh gambaran tentang subjek dan pelaku dakwah, di antaranya.¹⁰ Dalam surat Al-Baqarah ayat 186 yang berbunyi:

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ

Terjemahannya:

Apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu (Nabi Muhammad) tentang Aku, sesungguhnya Aku dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila dia berdoa kepada-Ku. Maka, hendaklah mereka memenuhi (perintah)-Ku dan beriman kepada-Ku agar mereka selalu berada dalam kebenaran.¹¹

c. Fungsi Dakwah

⁹ Hijaz Tahir dan Syahrir L, "Urgensi Dakwah Kultural Muhammadiyah Ditengah Masyarakat Berbudaya" *JIA* 10, No. 3 (Edisi Desember 2022):116 <https://jurnal.umsrappang.ac.id/jia/article/view/808> (5 Oktober 2024)

¹⁰ Ica Faizah, "Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits" *Jurnal Holistic al-hadis*, 6, No.2 (2020):6 <https://osf.io/preprints/qb6gh/> (4 Oktober 2024)

¹¹ Kemenag, *Quran*, QS, Al-Baqarah,186. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=1&to=286> (Diakses 31 Juli 2024)

Menurut Irzum fungsi dakwah sebagai penyampaian informasi islam yang bertujuan supaya orang mengerti dan memahami isu suatu informasi, akan tetapi agar orang meyakini dan menundukkan diri pada isi atau pesan informasi tersebut. Dengan demikian suatu kegiatan dakwah akan berisi kegiatan dan proses sosialisasi ide dan konsep-konsep serta internalisasi nilai dan kaidah ajaran Islam, sehingga hal itu termasuk ke dalam kepribadian seseorang.¹² Sedangkan menurut Saidati salah satu fungsi dakwah adalah untuk meningkatkan kualitas hidup manusia sesuai dengan perintah Islam. Dengan harapan untuk menyelamatkan dunia dari hal-hal yang tidak baik, ajaran agama Islam disebarkan melalui dakwah. Dakwah memiliki perang yang tinggi dan mulia selama perkembangan agama Islam.¹³ Dengan memahami secara mendalam tentang fungsi dakwah, maka pesan dakwah akan sampai kepada mad'u dengan baik.

d. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah adalah untuk membentuk masyarakat islam yang dapat menerapkan ajaran agama dengan benar dalam menghadapi tantangan zaman. Menurut Ahmad tujuan utama dakwah adalah mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhoi oleh Allah swt, yakni dengan menyampaikan nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan

¹² Irzum Frihah, "Media Dakwah Pop" *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1, No.2 (2013):29 <https://www.academia.edu/download/56502896/432-1803-1-PB.pdf> (5 Oktober 2024)

¹³ Saidati Ismaha Rifda, "Penerapan Strategi Komunikasi Dalama Dakwah" (2020):1 <https://osf.io/preprints/9gwqr/> (Diakses 5 Oktober 2024)

kesejahteraan yang diridhoi oleh Allah swt.¹⁴ Agar umat manusia memiliki tujuan hidup yang lebih baik.

1) Tujuan Umum Dakwah

Menurut Bob Adrian, tujuan umum dakwah pada tingkat individu meliputi; mengubah paradigma berfikir seseorang tentang arti kehidupan yaitu pentingnya hidup dan tujuan hidup yang sesungguhnya, merupakan proses internalisasi ajaran agama dalam kehidupan, dan merupakan proses aplikasi dari ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Pada tingkat kelompok dan masyarakat, dakwah memiliki tujuan untuk meningkatkan rasa persaudaraan dan persatuan dalam beragama, mewujudkan keharmonisan beragama, penguat struktur sosial kelembagaan, dan membangun kepedulian dan tanggung jawab sosial.¹⁵ Agar tujuan dakwah dapat terpenuhi, seorang da'i haruslah lebih memahami agama secara mendalam.

2) Tujuan Khusus Dakwah

Tujuan khusus dakwah merupakan perumusan tujuan sebagai perinci dari pada tujuan umum dakwah.

e. Media Dakwah

Secara etimologis, kata “media” berasal dari bentuk jamak dari kata latin “median”, yang berarti “alat perantara”. Wilburn Scrmn menganggap media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan untuk mengajar dengan kata lain lebih spesifik, yang dimaksud dengan “media” adalah alat fisik yang menjelaskan apa yang ada dalam pesan atau sumber pendidikan seperti buku, film, video kaset, slide, dll. Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan

¹⁴ Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Televisi” *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3, No.1 (2015): 3 <http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1642> (Diakses 5 Oktober 2024)

¹⁵ Bob Adrian, “Komunikasi Dakwah Dalam Tinjauan Sosiologi Komunikasi” *Jurnal Komunikasi Dakwah dalam Tinjauan Sosiologi*, 18, No.2 (2020):220-221 <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2642> (5 Oktober 2024)

materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u. Dengan banyaknya media yang tersedia, da'i harus memilih yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah mereka. ¹⁶ Penggunaan media dakwah juga harus lebih di perhatikan karena bisa saja terjadi penyalahgunaan dalam penggunaan media dakwah.

Terdapat beberapa macam media dalam suatu proses dakwah. Secara umum media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah terdiri dari:

1) Media Visual

Media visual merupakan alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan. Contohnya yaitu film slide, overhead proyektor (OHP), gambar dan foto.

2) Media Audio

Menurut Aminuddin mengatakan bahwa media audio merupakan alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui Indera pendengaran. Contohnya yaitu radio dan tape recorder. ¹⁷

3) Media Audio Visual

Menurut Arif Agus Mujahidin, dkk media audio visual adalah sebuah media yang menggunakan sesuatu yang berbasis suara dan visual (gambar) di dalamnya. Media ini dapat diartikan juga sebuah alat yang dimanfaatkan masyarakat untuk mendapatkan informasi.¹⁸ Menurut Hery media audio visual sebagai media yang menggabungkan unsur gambar sekaligus suara dalam satu unit media yang membantu menyampaikan penjelasan. Dimana media ini menekankan pada kedua

¹⁶ Muh Nur Latief, "Dakwah Dalam Perspektif Media Sosial", *Jurnalisa* 4, no.1 (Mei 2018):64-69. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/article/view/5621> (Diakses 1 Agustus 2024)

¹⁷ Aminuddin, "Media Dakwah", *Jurnal Al-Munzir* 9, no. 2 (November 2016): 350-354. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzir/article/view/786> (Diakses 1 Agustus 2024)

¹⁸ Arif Agus Mujahidin, dkk, "Urgensi Media Audio Visual Dalam Pembelajaran PAI Pada Masa Pandemi Covid-19" *Misykat*, 6, No.2 (2021):188 <https://www.academia.edu/download/93710701/94.pdf> (5 Oktober 2024)

indra yaitu indra pendengaran dan indra penglihatan.¹⁹ Sehingga pada penggunaannya sangat efektif.

Sementara itu menurut Suprianto media audio visual yaitu media yang mengandung unsur suara yang bisa didengar dan unsur gambar yang bisa dilihat, misalnya rekaman video, slide suara, konten media sosial dan film.²⁰ Pemanfaatan media audio visual dapat memudahkan mahasiswa dalam mengetahui nilai-nilai agama dalam sebuah konten di media sosial contohnya pada aplikasi Tiktok.

4) Media Cetak

Media cetak adalah untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media ini sudah lama dikenal dan mudah dijumpai dimana-mana. Contohnya yaitu buku, surat kabar, dan majalah.

Dalam penelitian ini media dakwah yang digunakan adalah lisan, tulisan, gambar dan media audio visual karena mad'u dapat menerima dakwah melalui internet, media sosial yaitu tiktok.

f. Metode Dakwah

Menurut Siti metode dakwah merupakan cara yang digunakan da'i untuk menyampaikan pesan dakwah, sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami oleh mad'u. Dalam berdakwah haruslah mempertimbangkan secara sungguh-sungguh Tingkat dan kondisi cara berfikir mad'u yang mencerminkan dalam Tingkat peradabannya termasuk system budaya dan struktur sosial

¹⁹ Hery Setiyawan, "Pemanfaatan Media Aaudio Visual dan Media Gambar Pada Siswa Kelas V" *Jurnal Prakarsa Paedagogia*, 3, No. 2 (2020):200
<https://jurnal.umk.ac.id/index.php/JKP/article/download/5874/2505> (5 Oktober 2024)

²⁰ Edy Suprianto, "Implementasi Media Audio Visual Untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Eksplanasi" *Jurnal Pendidikan Dasar*,1, No.2 (2019):24
<https://journal.uwks.ac.id/index.php/trapsila/article/view/810> (5 Oktober 2024)

Masyarakat yang akan atau sedang dihadapi.²¹ Penyampaian dakwah yang tepat sasaran akan membantu dalam penambahan pengetahuan keislaman.

g. Dakwah Media Sosial

Media memiliki kemampuan untuk berfungsi sebagai penyampai utama nilai-nilai keagamaan dan juga dapat menyebarkan berbagai pengetahuan baru ke dalam masyarakat. Hampir semua Masyarakat menggunakan media untuk mencari sumber dan informasi tentang agama. Menurut Syintia Nurfitriia agama didefinisikan sebagai sebuah system atau ajaran yang mengatur nilai-nilai iman dan keagamaan yang bersifat primitif dan telah disematkan pada manusia.²² Menurut Dudung kehadiran media sosial dapat dijadikan tantangan dan peluang bagi pengembangan dakwah karena sejatinya aktifitas dakwah dapat menyebarluaskan nilai-nilai ajaran Islam ke seluruh dunia dan dapat mentransformasi kehidupan umat manusia agar lebih baik sesuai dengan tuntunan ajaran agama Islam.²³

Kemajuan teknologi dan informasi saat ini, dakwah dihadapkan dengan persoalan tentang bagaimana caranya menyampaikan pesan-pesan islam dalam konteks masyarakat modern yang semakin maju. Para da'i harus mampu masuk dan diterimanya dalam media-media modern contohnya pada media sosial Tiktok, sehingga penyebaran pesan dakwah akan lebih maksimal.²⁴ Menurut Anggit

²¹ Siti Mujahadah, "Metode Dakwah Untuk Generasi Milenial" *Jurnal Tabligh* 21, No.2 (2020):205 <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/13875> (5 Oktober 2024)

²² Syintia Nurfitriia dan Arzam, "Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media di Era Modern" Edisi Januari- Juni 46, no.1 (2022):87. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Anida/article/view/19245> (Diakses 1 Agustus 2024)

²³ Dudung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial" *Jurnal Diklat Keagamaan*, XIII, No.2 (2019):126 <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3586175&val=31123&title=KOMUNIKASI%20DAKWAH%20MELALUI%20MEDIA%20SOSIAL> (5 Oktober 2024)

²⁴ Tomi Hendra dan Siti Saputri, "Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial" *Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 7, No.1 (2020):55 <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah/article/view/1473> (5 Oktober 2024)

Pamungkas dakwah media sosial dapat menjangkau khalayak secara luas, dengan mengajukan pertanyaan keagamaan, mendorong percakapan, dan menyebarkan pesan moral. Dakwah media sosial sangat efektif saat ini karena mad'u dapat dengan mudah mendapatkan informasi keagamaan.²⁵

Dakwah media sosial adalah konsep penyampaian pesan keagamaan dan ajaran Islam melalui platform-platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, YouTube, dan lainnya. Dakwah dapat dilakukan di mana saja dan dengan cara apa pun asalkan tetap sesuai dengan ajaran dan syari'at Islam seperti yang dilakukan oleh Ustadz Kadam Sidik yang melalui aplikasi Tiktok dengan mengutamakan nilai-nilai, standar, aturan, dan tuntunan yang berasal dari Al-Qur'an dan Al-Hadist.

Menurut Muhamad Parhan konten dakwah merupakan bagian dari dakwah media sosial yang harus diperhatikan karena materi dakwah sangat berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk mendengarkan dakwah. Konten-konten tersebut harus berdasar pada Al-Qur'an dan Hadist, kemudian konten yang disampaikan juga harus disesuaikan dengan perkembangan zaman dan berdasarkan pada problematika yang dihadapi sehingga dakwah menjadi solusi dan jawaban dari permasalahan-permasalahan yang dihadapi.²⁶ Adapun konten yang disajikan untuk berdakwah melalui media sosial antara lain melalui Tiktok. Sebagai contoh konten tiktok dari akun Kadam Sidik yang menampilkan video tentang keislaman.

Indikator Konten dakwah Tiktok yaitu:

²⁵ Anggit Pamungkas dan Umi Halwati, "Tantangan Dakwah Melalui Media Sosial di Era Media Baru" *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2, No.1 (2023):151
<https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana/article/view/4036> (5 Oktober 2024)

²⁶ Muhamad Parhan dkk, "Analisis Metode dan Konten Dakwah Yanf Diminati Pada Remaja" *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22, No.1 (2022): 67
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/anida/article/view/16633> (5 Oktober 2024)

1) Akseibilitas yang mudah

Menurut Lasmini, teknologi informasi yang terus berkembang memungkinkan generasi z dengan mudah untuk mengakses konten dakwah dari berbagai sumber termasuk media sosial. Dimana media sosial sangat diminati di kalangan muda. Melalui media sosial peluang pembawa pesan dakwah terbuka lebar tidak hanya pada anak-anak namun juga kalangan masyarakat umum.²⁷ Dengan akseibilitas yang mudah, konten dakwah juga dapat di tonton kapan saja dan dimana saja. Dalam Teori Komunikasi Interpersonal yang dicetuskan oleh Suranto yang dimana pada teori ini mengatakan bahwa suatu rangkaian konsep dan prinsip yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan interaksi komunikatif antara individu dalam konteks hubungan pribadi. Teori ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana orang saling berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun hubungan satu sama lain.²⁸

Konten dakwah Kadam Sidik menawarkan aksesibilitas yang mudah bagi umat Muslim melalui berbagai platform digital, seperti pada aplikasi tiktok, memungkinkan generasi z untuk dengan cepat dan nyaman mengakses materi ajaran Islam yang berkualitas. Dengan penyampaian yang menggunakan media sosial, video, dan artikel, konten ini dapat diakses kapan saja dan di mana saja,

²⁷ Lasmini, "Pendayagunaan Teknologi Informasi Dalam Dakwah Untuk Anak-Anak" *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 9, No.1 (2018): 51
<http://www.almishbahjurnal.com/index.php/al-mishbah/article/view/362> (14 September 2024)

²⁸ Kartini *et all*, Tinjauan Kritis Terhadap Teori Komunikasi Interpersonal: Implikasi Terhadap Hubungan Sosial Dalam Era Digital, *Journal of Visions and Ideas*, 4, no. 1 (2024): 276
<https://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/visa/article/view/1420> (10 Februari 2025)

sehingga memudahkan generasi z untuk mendapatkan informasi keagamaan yang bermanfaat dan mendalam.

2) Konten yang relevan

Menurut Klemens, fitur interaktif dapat menciptakan konten yang lebih menarik, relevan dan memiliki interaksi yang positif.²⁹ Selain itu menurut M. Mahbub dengan adanya Tiktok dapat mempermudah generasi z untuk memperoleh wawasan melalui konten yang relevan dan berguna.³⁰ Konten yang relevan merujuk pada materi yang sesuai dan berhubungan langsung dengan kebutuhan, minat, atau konteks audiens target. Indikator ini juga sesuai dengan teori komunikasi interpersonal oleh Suranto.

3) Kualitas konten

Menurut Shani konten yang menarik adalah konten yang tetap mempertahankan kualitas videonya dan konsisten dalam membuat video. Pengambilan video dengan pencahayaan yang baik, menarik dan audio yang jelas dapat membuat audiens akan terus menerus menonton konten tersebut.³¹ Media memiliki tingkat yang berbeda dalam hal kekayaan informasi atau *media richness*, yang mengacu pada kemampuan suatu media dalam menyampaikan berbagai isyarat komunikasi secara efektif. Menurut teori Media Richness yang dikembangkan oleh Daft dan Lengel, media dikatakan "kaya" jika mampu menyampaikan lebih banyak informasi melalui berbagai saluran secara bersamaan, seperti suara, ekspresi wajah, bahasa tubuh, serta

²⁹ Klemens Mere *et al*, “ Peran Konten Interaktif Dalam Membangun Keterlibatan Konsumen dan Memperkuat Kesetiaan Merek: Tinjauan Pada Platform Media Sosial dan Situs Web Perusahaan” *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, No. 3 (2024): 5549 <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/9361> (15 September 2024)

³⁰ M. Mahbub, *et al*, “Analisis Dampak Media Sosial Tiktok Terhadap Pendidikan Karakter di Era Teknologi 4.0” *Journal of Instructional Technology*, 5, No.2 (2024):116 <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/j-instech/article/view/12034> (6 Oktober 2024)

³¹ Shani Dwi Putri dan Suzy Azeharie, “ Strategi Pengelolaan Komunikasi Dalam Membentuk *Personal Branding* di Media Sosial Tiktok “ *Jurnal Koneksi*, 5, No. 2, (Oktober 2021): 258 <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/10300/0> (6 Oktober 2024)

memberikan umpan balik langsung. Dalam konteks ini, video seperti TikTok merupakan salah satu bentuk media yang sangat kaya karena mampu menghadirkan unsur visual, audio, dan interaksi dalam satu waktu, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan dirasakan secara emosional oleh penonton.

Sebaliknya, media yang bersifat "kurang kaya", seperti teks atau dokumen tertulis, hanya menyampaikan informasi secara satu arah dan minim isyarat sosial. Hal ini dapat menyebabkan pesan menjadi kurang efektif atau bahkan disalahartikan, terutama jika menyangkut topik-topik yang kompleks atau emosional seperti nilai-nilai keislaman. Oleh karena itu, dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah atau pendidikan Islam, penggunaan media kaya seperti TikTok menjadi lebih relevan dan efektif, khususnya bagi generasi muda yang terbiasa dengan format komunikasi yang cepat, visual, dan interaktif.³² Seberapa bervariasi konten yang disajikan dalam menyampaikan pesan agama dan penggunaan elemen visual, audio, dan format lainnya untuk menarik perhatian pengguna.

2. Pemahaman Keislaman

Kata ilmu (Arab) secara etimologi berarti "al-Ma'rifat" atau pengetahuan. Keislaman dari kata dasar Islam mendapat konfiks ke-an, dalam Bahasa Indonesia dari kata Masdar "Aslama", artinya ketunduhan, kepatuhan dan juga berarti agama Islam. Menurut Rizka Amelia Armin ilmu keislaman adalah ilmu-ilmu yang dikembangkan oleh umat Islam, baik ilmu yang bersifat fisik maupun metafisik yang terikat pada ajaran Islam.³³ Menurut Yusawinur Barella, Pendidikan Islam adalah proses pembelajaran dan pengajaran yang diarahkan untuk membentuk

³² Daft, Richard L., and Robert H. Lengel. 1986. "Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design." *Management Science* 32(5): 554-571.

³³ Riska Amelia Armin, "Tantangan Ilmu-ilmu Keislaman di Tengah Perkembangan Ilmu Pengetahuan Modern" *Jurnal Commercium*, 2, No.1 (2019): 3
<http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/jurnalcommercium/article/view/1197> (5 Oktober 2024)

individu yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam ajaran Islam, serta mampu menerapkan nilai-nilai dan prinsip Islam dalam kehidupan sehari-hari.³⁴ Pendidikan Islam dalam hal ini juga merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia.

Salah satu konten bermanfaat yang bisa dicari melalui internet adalah pemahaman tentang keislaman. Sifat pengguna internet yang terbuka, bebas dan berbagi, menyebabkan berbagai konten keislaman dengan cepat menyebar di jaringan internet. Mulai pemahaman tentang tauhid, akhlak, fiqih, hadits, tafsir Al-Qur'an, tata cara ibadah dan sebagainya. Bahkan informasi tentang jihad dan perbedaan juga banyak kita temukan di internet.

Jika kita memasukkan kata kunci "keislaman", jutaan konten akan muncul. Konten-konten ini mengarahkan pengguna ke jutaan website, blog, dan jejaring sosial yang menyediakan berbagai informasi tentang keislaman. Tapi kredibilitas internet sebagai sumber informasi tidak dapat dipercaya sepenuhnya karena setiap orang dengan latar belakang apa pun dapat membuat dan menyebarkan konten di sana.³⁵ Teori Difusi Inovasi pertama kali dicetuskan oleh Everett M. Rogers pada tahun 1962 melalui bukunya yang berjudul *Diffusion of Innovations*. Teori ini menjelaskan bagaimana suatu inovasi—baik berupa ide, produk, atau praktik baru—menyebarkan dan diadopsi oleh anggota masyarakat atau kelompok sosial dari waktu ke waktu. Rogers menekankan bahwa proses difusi ini tidak hanya bergantung pada inovasi itu sendiri, tetapi juga pada saluran komunikasi yang

³⁴ Yusawinur Barella, Syarifuddin Ondeng, dan Saprin, "Peranan Majelis Taklim dan Lembaga Dakwah Dalam Pengembangan Pendidikan Islam: Sebuah Analisis Fungsional" *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7, no.2 (2024): 4870 <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/27429> (Diakses 2 Agustus 2024)

³⁵ Nurdin Abd Halim, "Penggunaan Media Internet di Kalangan Remaja Untuk Mengembangkan Pemahaman Keislaman" *Jurnal RISALAH*, 26, no. 3 (September 2015):137 <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/view/1270> (Diakses 2 Agustus 2024)

digunakan, karakteristik para pengadopsi, waktu penyebaran, serta konteks sosial di mana inovasi tersebut diterima. Dengan pendekatan ini, teori Difusi Inovasi menjadi kerangka penting untuk memahami bagaimana perubahan sosial dan teknologi dapat diterima dan menyebar secara efektif.³⁶

Dalam teori ini, Rogers membagi para pengadopsi inovasi menjadi lima kategori utama berdasarkan kecepatan dan kesiapan mereka dalam menerima inovasi: inovator (innovators), pengadopsi awal (early adopters), mayoritas awal (early majority), mayoritas terlambat (late majority), dan kelompok yang lambat mengadopsi (laggards). Setiap kelompok memiliki karakteristik dan motivasi yang berbeda dalam mengadopsi sesuatu yang baru. Proses difusi juga sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial dan komunikasi antar individu dalam sistem sosial tersebut. Oleh karena itu, teori Difusi Inovasi banyak diaplikasikan dalam berbagai bidang seperti pemasaran, kesehatan masyarakat, pendidikan, dan teknologi untuk merancang strategi penyebaran yang lebih efektif.³⁷

Dari teori di atas melahirkan sebuah indikator yang berhubungan dengan pemahaman keislaman sebagai berikut :

1) Peningkatan pengetahuan agama

Pengetahuan agama dapat diartikan segala sesuatu yang diketahui, dipahami dan diyakini seseorang berkenaan dengan pokok ajaran, sistem peribadatan, kaidah-kaidah keilmuan dalam agama yang dianutnya. Dalam penelitian ini agama yang dimaksud adalah agama Islam.³⁸ Perubahan pengetahuan tentang ajaran Islam,

³⁶ Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, 5th ed. (New York: Free Press, 2003), 11–15.

³⁷ Mailin *et al*, Teori Media/Teori Difusi Inovasi, *Jurnal Guru Kita*, 6, no.2 (2 Maret 2002):160. <http://103.242.233.34/index.php/jgkp/article/view/31905> (10 Februari 2025)

³⁸ Risa Nur Fauzi, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah” *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 9, No. 1 (2020): 43 <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/15368> (17 September 2024)

termasuk tafsir Al-Qur'an, hadis dan fiqh dapat membuat individu merasa dekat dengan Allah, termasuk perasaan kedamaian dan kepuasan batin.

2) Perubahan perilaku

Sejauh mana individu mengaplikasikan prinsip-prinsip Islam dalam kehidupan sehari-hari, seperti dalam ibadah, adab dan etika. Perubahan dalam Tingkat kedekatan dan hubungan spiritual dengan Allah, termasuk perasaan kedamaian dan kepuasan batin. Perilaku seseorang menyangkut tindakan atas respon hubungan timbal balik antara individu dengan lingkungannya,³⁹ contohnya pada konten dakwah Kadam Sidik yang dapat mempengaruhi perilaku individu.

3) Partisipasi dalam kegiatan keagamaan

Konten dakwah dapat mendorong generasi z untuk berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan, Menurut Ashri generasi z dapat berpartisipasi dalam bentuk saran dan masukan terhadap kegiatan keagamaan atas ilmu yang mereka peroleh dari konten dakwah.⁴⁰ Keterlibatan seseorang juga dalam aktivitas keagamaan seperti shalat berjamaah, pengajian, dan kegiatan sosial yang berbasis pada prinsip-prinsip islam, dapat menjawab pertanyaan tentang berbagai isu keagamaan dengan referensi yang benar dan sesuai dengan ajaran islam.

4) Kepatuhan terhadap ajaran Islam

Pengetahuan keislaman seseorang memengaruhi kepatuhan mereka terhadap ajaran islam dalam hal spiritual, etika dan hukum yang akan membuat

³⁹ Ira Suprihatin, "Perubahan Perilaku Bergotong Royong Masyarakat Sekitar Perusahaan Tambang Batubara di Desa Mulawarman Kecamatan Tenggara Seberang" *Jurnal Sosiatri*, 1, No. 3 (2014): 64 [http://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/04/ejournal%20ira%20suprihatin%20\(04-03-14-12-47-43\).pdf](http://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/04/ejournal%20ira%20suprihatin%20(04-03-14-12-47-43).pdf) (17 September 2024)

⁴⁰ Ashri Azhari, *et all*, "Partisipasi Organisasi Pemuda Masjid Dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan" *Jurnal Program Studi Pendidikan Masyarakat*, 2, No.1 (2021):71 <https://jurnal.fkip.unmul.ac.id/index.php/ls/article/view/683> (6 Oktober 2024)

seseorang berusaha untuk terus memperdalam pengetahuan keislaman melalui pendidikan formal, informal, atau melalui studi mandiri.

Jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Tiktok memiliki dampak positif bagi generasi Z yang dapat menambah pengetahuan tentang keislaman selagi penggunaan media sosial Tiktok tersebut menggunakannya dengan baik dan benar.

3. Teori Generasi Z

Anak-anak generasi Z adalah anak-anak yang lahir dari tahun 1995 hingga 2010. Anak-anak Gen Z masih belajar di sekolah formal, sebagian besar duduk di tiga SD sampai mereka lulus kuliah atau baru mulai bekerja. Generasi Z banyak menggunakan media sosial, juga dikenal sebagai sosmed, sebagai media komunikasi modern. Generasi Z dapat menghabiskan berjam-jam menggunakan media sosial dalam satu hari. Remaja dan Gen Z saat ini banyak menggunakan media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook, WhatApps, dan Tiktok.⁴¹

Menurut *Theory Generation* yang dikemukakan oleh Graeme Codrington dan Sue Grant-Marshall, Generasi Z adalah generasi yang muncul dari tahun 1995 hingga 2000. Mereka juga dikenal sebagai *iGeneration*, *Generasi net*, atau Generasi Internet, dan mereka hidup di era digital.

Hellen Chou P mengemukakan bahwa Generasi Z atau dikenal dengan generasi digital adalah generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan sebuah

⁴¹ Andrias Pujiono, "Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z", *Journal of Christian Education*, 2, no.1 (2021):2. <https://www.academia.edu/download/81013979/pdf.pdf> (Diakses 1 Agustus 2024)

ketergantungan yang besar pada teknologi digital.⁴² Sebagian besar hidup mereka bergantung pada teknologi digital.

4. Tiktok

a. Pengertian Tiktok

Tiktok adalah platform video music dan jaringan sosial Tiongkok yang diluncurkan pada September 2017. Menurut Viv Gong, Head of Marketing Tiktok mengatakan bahwa fakta bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna internet terbesar ke-6 di dunia, mendorong pengembangan aplikasi Tiktok di negara tersebut. Tiktok adalah aplikasi yang dikembangkan oleh Perusahaan ByteDance asal China, yang bergerak dalam bidang teknologi kecerdasan buatan yang sangat terkenal di seluruh dunia untuk menyebarkan informasi melalui media atau produk elektronik.

Pengguna dapat mengunduh Tiktok sendiri melalui aplikasi android googleplay dan appstore. Aplikasi Tiktok telah diunduh lebih dari 500 juta kali di seluruh dunia, dengan 10 milyar penonton video harian dan 150 juta pengguna, dengan Amerika Serikat dan Inggris sebagai contributor terbesar. Tiktok adalah media sosial baru yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi, berinteraksi, dan membangun hubungan sosial virtual.⁴³

Menurut Gabriel Weimann dan Natalie Masri, algoritma di halaman utama Tiktok, “For You” atau disingkat FYP (For You Page), adalah salah satu ciri khasnya. Setiap video unggahan pengguna lain, baik yang diikuti maupun tidak,

⁴² Cindy Natalia dan Rodhiah, “Pengaruh Kreativitas, Edukasi dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Dalam Generasi Z” *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1, no.2 (2019):165. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/5075/0> (Diakses 1 Agustus 2024)

⁴³ Dini Dwi Cahyani, “Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Interaksi Sosial (Study Kasus di SMA Negeri 11 Teluk Betung Timur Bandar Lampung)”, (Skripsi Diterbitkan Oleh Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020) :21.

dapat ditayangkan di halaman ini berdasarkan video yang paling disukai dan ditonton oleh pengguna tersebut.⁴⁴

b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi aplikasi Tiktok

Menurut Mulyana, ada dua faktor dalam penggunaan Tiktok yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti perasaan, sikap, dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), nilai dan kebutuhan, dan minat dan motivasi, dan proses pembelajaran. Faktor eksternal termasuk latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar. Berikut penjelasan dari kedua faktor tersebut dalam mempengaruhi pengguna aplikasi Tiktok:

1) Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari diri seseorang yaitu perasaan, proses belajar dan keinginan. Mengekspresikan perasaan dalam bentuk status di Tiktok merupakan faktor internal. Menurut W. Wundt, perasaan tidak hanya dapat didefinisikan atau dialami oleh seseorang sebagai perasaan senang atau tidak senang melainkan dapat dilihat dari berbagai aspek. Faktor internal juga membentuk sebuah keinginan untuk mengetahui pengetahuan contohnya pengetahuan tentang keislaman yang sangat penting untuk generasi Z saat ini. Akan tetapi, sisi negatif dari penggunaan Tiktok akan membuat orang memiliki rasa malas dan membuat orang lupa dengan waktu.

2) Faktor Eksternal

Pengguna aplikasi Tiktok dari orang dewasa sampai anak-anak dapat memperoleh informasi serta belajar dari berbagai video yang ada di dalamnya contohnya seperti video konten dakwah yang mengajarkan tentang keislaman.

⁴⁴ Shani Dwi Putri, Suzy Azeharie, "Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk *Personal Branding* di Media Sosial Tiktok" *Jurnal Koneksi*, 5, no.2 (Oktober 2021):281 <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/10300/0> (Diakses 2 Agustus 2024).

Menurut Nasrullaah, informasi adalah identitas media sosial karena media sosial membuat identitas, membuat konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi.⁴⁵ Jadi informasi sangat berpengaruh pada pengguna aplikasi Tiktok terutama bagi generasi Z dalam memperoleh pengetahuan keislaman di era modern saat ini.

c. Dampak aplikasi Tiktok bagi generasi Z

Menurut Lilis, dalam penggunaan aplikasi Tiktok memiliki sisi positif bagi generasi z yaitu:

1) Dampak positif

a) Kreativitas

Tiktok memungkinkan generasi z untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui video singkat. Mereka dapat membuat konten yang unik, mengembangkan keterampilan kreatif, dan belajar mengedit video. Aktivitas ini dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka dalam mengekspresikan ide dan bakat mereka.

b) Koneksi sosial

Aplikasi Tiktok adalah platform yang memungkinkan generasi z untuk terhubung dengan orang lain dengan minat yang sama di seluruh dunia. Melalui fitur interaksi seperti komentar, duet, dan reaksi, mereka dapat berinteraksi dengan pengguna lain, memperluas lingkaran sosial mereka, dan mendapatkan dukungan dari komunitas online.

c) Mengembangkan keahlian teknologi

Pengguna Tiktok memungkinkan generasi z untuk menjadi lebih terampil dalam menggunakan teknologi, seperti pengeditan video, penggunaan filter, dan

⁴⁵Demmy Deriyanto, Fathul Qorib, "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok" *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*,7, no.2 (2018):80-82 <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1432> (Diakses 2 Agustus 2024)

fitur-fitur lainnya. Ini dapat membantu mereka dalam menghadapi dunia digital yang terus berkembang.

d) Peningkatan kepercayaan diri

Mendapatkan apresiasi dari pengikut dan penonton Tiktok dapat meningkatkan kepercayaan diri generasi z. Penerimaan positif atas konten yang mereka buat dapat membantu memperkuat harga diri dan keyakinan diri mereka.

e) Pembelajaran melalui konten dakwah

Selain hiburan, Tiktok juga menyediakan konten yang membahas soal agama Islam. Generasi z dapat memanfaatkan platform ini untuk memperluas pengetahuan mereka mengenai keislaman.⁴⁶ Pengetahuan yang dimiliki generasi z akan mendorong mereka untuk berbuat kebaikan.

f) Memudahkan dalam memperoleh pengetahuan keislaman

Menurut Shafa generasi z dapat menayangkan konten apapun secara bebas di tiktok salah satunya konten tentang keislaman. Tiktok juga dapat mempermudah para da'i untuk menyebarluaskan konten-konten dakwah, dengan tayangan yang tidak membosankan dan sangat kreatif, contohnya video pendek yang didalamnya diselipkan unsur humor atau kesenangan yang tetap berlandaskan pada ajaran Islam.⁴⁷ Mad'u juga tentunya dapat memahami ilmu keislaman secara mendalam tanpa harus mendengarkan ceramah di masjid.

2) Dampak negatif

Selain dampak positif, Tiktok pastinya memiliki dampak negatif bagi generasi z contohnya perkembangan mental dan fisik dikarenakan kecanduan

⁴⁶ Lilis Setianawati, "Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Remaja Terhadap Adab dan Perilaku Kepada Orang Tua" *Jurnal Pendidikan*, 2, No.3 (2023):180 <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/seroja/article/view/716> (6 Oktober 2024)

⁴⁷ Shafa Tasya Kamilah, dkk, "Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tiktok di Kalangan Remaja" *Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1, No. 1 (2023):60 <https://ejurnalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/ALADALAH/article/view/148> (6 Oktober 2024)

Tiktok. Akibatnya berdampak pada etika dan perilaku pengguna. Menurut Serli berikut dampak negatif yang ditimbulkan dari pengguna Tiktok :

a) Pengembangan Fisik

Psikologi Hersa Arianti. M.Psi mengungkapkan bahwa tiktok dapat membuat penggunanya kecanduan, mereka cenderung akan membuang-buang waktu sehingga meninggalkan kewajiban, dan mengganggu perkembangan psikologi anak-anak dan remaja contohnya kewajiban sebagai pelajar apabila pengguna Tiktok tidak membatasi waktu dalam menggunakan Tiktok maka akan memengaruhi perkembangan fisiknya.

b) Pengembangan Moral

Moral adalah suatu penentu baik buruknya suatu kebiasaan dan tingkah laku seseorang yang di dalam al-qur'an disebut dengan akhlak. Aplikasi Tiktok ini memiliki banyak pengguna yang ingin menjadi populer sehingga mereka kurang memiliki rasa malu. Hal ini akan memicu rusaknya moral seseorang terutama kepada generasi Z. Dari penjelasan diatas maka kita dapat simpulkan bahwa aplikasi Tiktok akan dominan memiliki sisi positif apabila pengguna memanfaatkannya dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya konten dakwah maka akan membantu generasi Z dalam menambah pengetahuan keislaman.⁴⁸ keberagaman kualitas individu, termasuk akidah, akhlak, pengetahuan, dan keterampilan yang berbasis Islam.⁴⁹ Pendidikan dalam hal ini juga merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia.

⁴⁸ Serli. R, "Tiktok dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus Perilaku Pengguna Tiktok di Kota Palopo)" (Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Negeri (IAIN) Palopo,2021):23-31.

⁴⁹ Yusawinur Barella, Syarifuddin Ondeng, dan Saprin, "Peranan Majelis Taklim dan Lembaga Dakwah Dalam Pengembangan Pendidikan Islam: Sebuah Analisis Fungsional" *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7, no.2 (2024) <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/27429> (Diakses 2 Agustus 2024)

5. Minat menjadi kreator dakwah

Minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu, kemudian membuktikannya dalam perilaku yang terlihat mengenai apa yang menjadi minatnya. Dalam aktivitas diperlukan pemusatan perhatian, sehingga seseorang bisa melakukan apapun yang sebelumnya tidak bisa dilakukan dan ini sangat berkaitan dengan minat yang ada di dalam pribadi seseorang. Mengenai pembahasan minat, banyak ahli yang menggunakan pendapatnya. Menurut Reber dalam Rangga, minat termasuk dalam istilah populer psikologi karena kebergantungannya yang banyak pada faktor-faktor internal seperti pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan.

Syaifullah Bahri Djamarah menambahkan bahwa minat merupakan kecendrungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas, arti tersebut berarti seseorang yang berminat pada suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang, atau dengan kata lain minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan menurut Muhibbin Syah, seseorang akan menaruh perhatian lebih terhadap bidang yang diminati dan berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai dan mewujudkan apa yang menjadi minatnya.

Ciri – ciri minat :

- a) Adanya rasa senang dan ketertarikan terhadap objek yang diminati.
- b) Adanya rasa butuh terhadap apa yang diminati.
- c) Ulet menghadapi suatu kesulitan
- d) Tidak mudah melepas hal yang diminati.⁵⁰

⁵⁰ M Rangga Septian Adi P, “Minat Mahasiswa Kpi Angkatan 2017 Terhadap Profesi *Content Creator*,” (2017): 13-14. <https://repository.radenintan.ac.id/28139/1/SKRIPSI%201-2.pdf> (26 Februari 2025)

Dari definisi dan ciri-ciri diatas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu keinginan atau ketertarikan seseorang untuk melakukan sesuatu dengan didorong faktor-faktor tertentu yang dapat menimbulkan rasa senang pada diri seseorang dan pada penelitian ini berfokus pada minat mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam menjadi kreator dakwah .

Indikator minat:

1) Perasaan senang

Apabila individu memiliki perasaan senang terhadap suatu objek tertentu maka tidak akan ada rasa keterpaksaan untuk melakukan objek tersebut. Perasaan senang terhadap sesuatu objek akan menimbulkan minat pada diri seseorang dan dapat menimbulkan keinginan untuk mempertahankan objek tersebut.⁵¹

2) Ketertarikan

Ketertarikan berhubungan dengan daya dorong terhadap sesuatu benda, orang, kegiatan atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Ketertarikan merupakan awal mula individu menaruh minat, sehingga seseorang yang menaruh minat akan tertarik terlebih dahulu terhadap sesuatu. Seseorang yang berminat terhadap suatu objek maka ia akan memiliki perasaan tertarik pada objek tersebut. Ketertarikan yang dimaksud pada penelitian ini adalah ketertarikan menjadi kreator dakwah tiktok.

⁵¹ Intania Putri Wulandari, "Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Minat Ibu Dalam Pemanfaatan Pelayanan Antenatal Care Di Puskesmas Gribig Kota Malang," *Minat Ibu Dalam Pemanfaatan Pelayanan Antenatal Care* (2020).: 9 https://perpustakaan.poltekkes-malang.ac.id/assets/file/kti/1602450025/BAB_2.pdf?utm_source=chatgpt.com (4 maret 2025)

3) Keterlibatan

Keterlibatan seseorang terhadap suatu objek yang mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengerjakan kegiatan dari objek tersebut. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu objek akan berusaha untuk melakukan objek tersebut dengan baik, dengan rasa ingin tahu yang tinggi, dan mempunyai kesadaran untuk melakukan objek minat tanpa ada yang menyuruh dan memaksa.⁵²

4) Kesiapan bertindak

Kesiapan bertindak merupakan bentuk dari adanya kesiapan diri untuk mengikuti sesuatu. Dalam hal ini kesiapan bertindak adalah bentuk timbulnya minat yang menyebabkan seseorang ingin mengikuti apa yang sudah diterimanya⁵³ dan mampu menghadapi kesulitan – kesulitan yang akan terjadi.

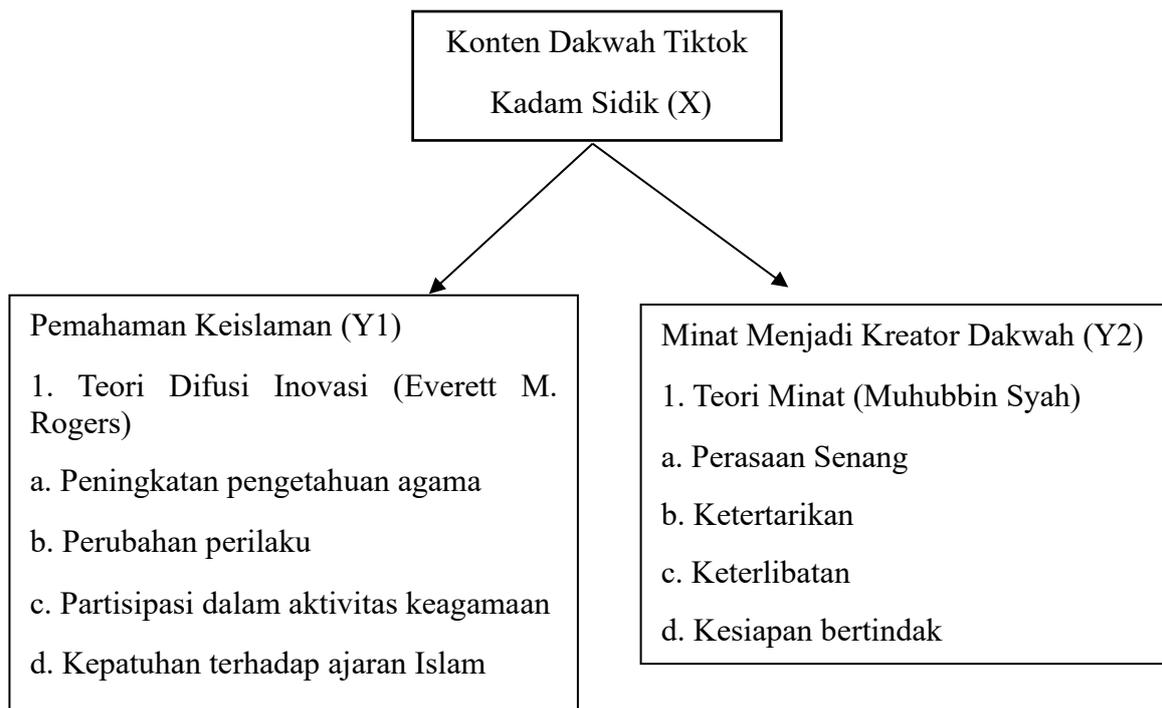
C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan konseptual mengenai suatu teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi terhadap masalah penelitian. Kerangka pemikiran juga merupakan landasan sistematis berfikir untuk mengurangi masalah yang dibahas dalam penelitian. Dalam kerangka pemikiran peneliti harus menguraikan konsep atau variabel penelitiannya secara rinci serta menjelaskan keterkaitannya antara variabel.

⁵² Wulandari, “Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Minat Ibu Dalam Pemanfaatan Pelayanan Antenatal Care Di Puskesmas Gribig Kota Malang” *Jurnal Minat Ibu Dalam Pemanfaatan Pelayanan Antenatal Care* (2020):8-10 https://perpustakaan.poltekkes-malang.ac.id/assets/file/kti/1602450025/BAB_2.pdf?utm_source=chatgpt.com (4 maret 2025)

⁵³ Muthoatul Chasna, “Pengaruh Pesan Dakwah Terhadap Minat Mengikuti Pengajian Agama (Studi Pada Akun Instagram @remisyaoofficial),” (2021): 21, https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55205/1/MUTHOATUL_CHASNA-FDK.pdf. (4 maret 2025)

Pada penelitian ini akan membahas tentang pengaruh konten dakwah tiktok Kadam Sidik terhadap pengetahuan keislaman pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam UIN Datokarama Palu. Untuk memudahkan dalam memahami penelitian, peneliti membuat skema kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

X : Konten Dakwah Tiktok

Y1: Pemahaman Keislaman

Y2: Minat Menjadi Kreator Dakwah

Konten dakwah tiktok merupakan variabel independen yang mempengaruhi pengetahuan keislaman pada mahasiswa. Konten dakwah terdapat pada aplikasi Tiktok. Aplikasi Tiktok tidak hanya memberikan dampak negatif bagi penggunaannya tetapi Tiktok juga memberikan dampak positif terutama pada mahasiswa dalam menambah pengetahuan tentang agama khususnya agama Islam.

Pemahaman keislaman dan minat menjadi kreator dakwah sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh konten dakwah tiktok. Pemahaman keislaman ini membantu mahasiswa dalam mengetahui nilai-nilai keislaman dan menjadi sebagai referensi minat menjadi kreator dakwah.

Jadi dalam penelitian ini, penulis membuat hipotesis sementara bahwa terdapat pengaruh dalam penggunaan aplikasi tiktok konten dakwah terhadap pemahaman keislaman dan minat menjadi kreator dakwah pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam UIN Datokarama Palu.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang akan diuji kebenarannya melalui analisis data. Hipotesis dirumuskan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini.

Hipotesis Umum

Terdapat pengaruh yang signifikan antara konten dakwah TikTok Kadam Sidik terhadap pemahaman keislaman dan minat menjadi kreator dakwah pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Datokarama Palu.

Hipotesis Khusus

1. H_{11} (Hipotesis Alternatif 1):

Terdapat pengaruh yang signifikan antara konten dakwah TikTok Kadam Sidik terhadap pemahaman keislaman mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Datokarama Palu.

H_{01} (Hipotesis Nol 1):

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara konten dakwah TikTok

Kadam Sidik terhadap pemahaman keislaman mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Datokarama Palu.

2. H₁₂ (Hipotesis Alternatif 2):

Terdapat pengaruh yang signifikan antara konten dakwah TikTok Kadam Sidik terhadap minat menjadi kreator dakwah pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Datokarama Palu.

H₀₂ (Hipotesis Nol 2):

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara konten dakwah TikTok Kadam Sidik terhadap minat menjadi kreator dakwah pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Datokarama Palu.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Desain Penelitian

Berdasarkan jenis permasalahan yang dibahas, maka pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengumpulan sampel pada umumnya dilakukan secara random.¹ Menurut Musianto di dalam Mrinu Waruwu penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik dalam perencanaan, proses, membangun hipotesis, teknik, analisis data dan menarik kesimpulan. Penelitian kuantitatif dipengaruhi oleh cara berpikir filsafat positivistik. Filsafat positivistik berpendapat sesuatu dikatakan ber-ada apabila dapat diukur dan diuji secara empirik.² Dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan noneksperimen, seperti survei. Pendekatan ini melibatkan pemaparan secara kuantitatif terhadap kecenderungan, sikap, atau opini dengan meneliti sampel dari populasi.

¹ Sugiyono, “Metode Penelitian Bisnis”,(Bandung: *Alfabeta*, 2007): 14.

² Marinu Waruwu, “Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)”, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, no. 1 (2023):2902 <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/6187> (6 Oktober 2024)

Desain penelitian ini adalah regresi linear sederhana, yang mana regresi linear sederhana merupakan metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antar variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y). Analisis regresi adalah bersifat asimetri atau dua arah. Teknik regresi membuat prediksi nilai dengan nilai yang ada pada satu variabel (yang disebut variabel independen) pada variabel lain, yang disebut variabel dependen. Dalam hal ini tujuannya bukan bermaksud membuat prediksi yang sempurna. Dengan informasi pada independen bermaksud membuat prediksi nilai variabel dependen dengan error yang sekecil-kecilnya. Proposisi yang digunakan pada analisis regresi yaitu dari variabel independen X dan variabel dependen Y dinyatakan dengan regresi Y pada X.³

Tujuan utama dalam melakukan penelitian kuantitatif ini untuk menggambarkan situasi dalam fakta yang sebenarnya secara sistematis dan karakteristik dari subjek dan objek tersebut yang diteliti secara akurat, tepat dan sesuai dengan kejadian yang sebenarnya pengaruh konten dakwah kadam sidik terhadap pengetahuan keislaman dan minat menjadi kreator dakwah pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam UIN Datokarama Palu.

B. Populasi dan sampel penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

³ Dimas Aulia Trianggana, "Peramalan Jumlah Siswa-Siswi Melalui Pendekatan Metode Regresi Linear" *Jurnal Media Infotama*, 16, No.2 (2020): 116
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/jmi/article/view/1149> (6 Oktober 2024)

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁴ Menurut Feli apriani mengatakan bahwa nilai yang dihitung dan diperoleh dari populasi dapat disebut parameter. Seluruh jumlah subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti disebut populasi. Misalnya, 1000 orang dikatakan sebagai populasi karena terkait dalam suatu penelitian. Pendapat lain mengatakan bahwa secara harfiah pengertian populasi adalah seluruh variable yang terkait dengan topik pada penelitian.

Maka dapat dijelaskan populasi merupakan keseluruhan individu yang ada dan sasaran sesungguhnya dari suatu penelitian. Pada penelitian ini yang dijadikan sebagai populasi adalah mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Angkatan 2021-2023 di Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa KPI

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa Aktif
1	2021	60
2	2022	50
3	2023	57
TOTAL		167

2. Sampel

⁴ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*” (cet 23, Bandung: Alfabeta, 2016):80.

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik mirip dengan populasi itu sendiri. Sampel juga dapat disebut sebagai contoh. Nilai hitungan yang diperoleh dari sampel inilah yang disebut dengan statistik. Menurut Sugiyono, Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi.⁵ Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi komunikasi penyiaran islam. Peneliti menggunakan rumus slovin yang merupakan metode statistik yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang representatif dari suatu populasi.

1) Besar sampel

Rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{167}{1 + 167(0,05)^2}$$

$$n = \frac{167}{1 + 167 \cdot 0,0025}$$

$$n = \frac{167}{1 + 0,4175}$$

$$n = \frac{167}{1,4175} = 117,5$$

Karena ukuran sampel harus berupa bilangan bulat maka 117,5 dibulatkan menjadi 118. Ukuran sampel yang diperlukan dari populasi 118 dengan *margin of error* 5% adalah sekitar 118 orang.

⁵ Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cet. 1; Tangerang: Pascal Books, 2021):159.

Keterangan:

n = ukuran sampel atau jumlah responden

N = ukuran populasi

e = *margin of error* 5%

2) Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *simple random sampling*. Teknik ini dianggap simple atau sederhana karena anggota sampel diambil secara acak dari populasi tanpa memperhatikan strata populasi. Teknik ini digunakan jika populasi dianggap homogen. Cara sederhana untuk mengambil sampel secara acak adalah dengan menggunakan undian sebagai sampel.⁶

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut, nilai/sifat dari objek, individu/kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasinya serta ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variable independent (variable bebas) dan variable dependen (variable terikat).

Berdasarkan pengertian diatas, maka dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu variable bebas (X) dan variable terikat (Y).

1. Variabel Bebas (X)

⁶ Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, Bandung (2014), alfabeta, 64.

Variabel ini sering disebut variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). Variabel ini biasa disebut juga variable oksogen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah konten dakwah tiktok.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel dependen disebut juga variable output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia disebut variable terikat. Variabel terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas. Variabel terikat disebut juga variable indogen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y1) adalah pemahaman keislaman dan (Y2) adalah minat menjadi kreator dakwah.⁷

D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur. Melihat definisi operasional suatu penelitian, maka seorang peneliti akan dapat mengetahui suatu variabel yang akan diteliti.⁸ Untuk memperoleh pemahaman komprehensif tentang bagaimana suatu konsep atau variabel dapat digunakan dalam konteks ilmiah atau praktis, pertama-tama perlu didefinisikan dan ditentukan apa

⁷ Nikmatur Ridha, "Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian" *Jurnal Hikmah*,14, no.1 (2017): 66. <https://www.e-jurnal.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/download/18/15> (5 September 2024)

⁸ Maria Delsiana Adur, Wahyu Wiyani, dan Anandhayu Mahatma Ratri, "Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Rokok" *Jurnal Bisnis dan Manajemen*,5, no.2 (2018) :208 <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/2664> (5 September2024)

yang disebut definisi operasional. Definisi operasional sangat penting untuk mengubah konsep abstrak menjadi elemen konkret dan terukur. Dengan mengubah definisi secara operasional, kita dapat mendeskripsikan secara lebih lengkap bagaimana suatu konsep bekerja dalam konteks tertentu.

1. Konten Dakwah Tiktok

Salah satu konten bermanfaat yang bisa dicari melalui internet adalah pemahaman tentang keislaman. Sifat pengguna internet yang terbuka, bebas dan berbagi, menyebabkan berbagai konten keislaman dengan cepat menyebar di jaringan internet. Mulai pemahaman tentang tauhid, akhlak, fiqih, hadits, tafsir Al-Qur'an, tata cara ibadah dan sebagainya.⁹ Konten dakwah Kadam Sidik merujuk pada materi dan penyampaian pesan-pesan keagamaan yang disajikan oleh Kadam Sidik dengan fokus pada pengajaran Islam yang komprehensif dan relevan bagi generasi z. Indikator dalam penelitian ini adalah:

a. Aksebilitas yang mudah

Teknologi informasi yang terus berkembang memungkinkan generasi z dengan mudah untuk mengakses konten dakwah dari berbagai sumber termasuk media sosial.¹⁰

b. Konten yang relevan

⁹ Nurdin Abd Halim, Penggunaan Media Internet di Kalangan Remaja Untuk Mengembangkan Pemahaman Keislaman...,137

¹⁰ Lasmini, Pendayagunaan Teknologi Informasi Dalam Dakwah Untuk Anak-Anak...,51

Tiktok dapat mempermudah generasi z untuk memperoleh wawasan melalui konten yang relevan dan berguna.¹¹

c. Kualitas konten

Konten yang menarik adalah konten yang tetap mempertahankan kualitas videonya dan konsisten dalam membuat video. Pengambilan video dengan pencahayaan yang baik, menarik dan audio yang jelas dapat membuat audiens akan terus menerus menonton konten tersebut.¹²

2. Pengaruh pemahaman keislaman

Pendidikan Islam adalah proses pembelajaran dan pengajaran yang diarahkan untuk membentuk individu yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam ajaran Islam, serta mampu menerapkan nilai-nilai dan prinsip Islam dalam kehidupan sehari-hari.¹³

Indikator dalam penelitian ini adalah:

a. Peningkatan pengetahuan agama

Pengetahuan agama dapat diartikan segala sesuatu yang diketahui, dipahami dan diyakini seseorang berkenaan dengan pokok ajaran, sistem peribadatan, kaidah-

¹¹ M. Mahbub, *et all*, Analisis Dampak Media Sosial Tiktok Terhadap Pendidikan Karakter di Era Teknologi 4.0...,116

¹² Shani Dwi Putri dan Suzy Azeharie, Strategi Pengelolaan Komunikasi Dalam Membentuk *Personal Branding* di Media Sosial Tiktok...,258

¹³ Yusawinur Barella, Syarifuddin Ondeng dan Saprin, "Peranan Majelis Taklim dan Lembaga Dakwah Dalam Pengembangan Pendidikan Islam: Sebuah Analisis Fungsional"...,4870

kaidah keilmuan dalam agama yang dianutnya. Dalam penelitian ini agama yang dimaksud adalah agama Islam.¹⁴

b. Perubahan perilaku

Perubahan dalam Tingkat kedekatan dan hubungan spiritual dengan Allah, termasuk perasaan kedamaian dan kepuasan batin. Perilaku seseorang menyangkut tindakan atas respon hubungan timbal balik antara individu dengan lingkungannya, contohnya pada konten dakwah yang dapat mempengaruhi perilaku individu.¹⁵

c. Kepatuhan terhadap ajaran Islam

Pengetahuan keislaman seseorang memengaruhi kepatuhan mereka terhadap ajaran islam dalam hal spiritual, etika dan hukum yang akan membuat seseorang berusaha untuk terus memperdalam pengetahuan keislaman melalui pendidikan formal, informal, atau melalui studi mandiri.

d. Partisipasi dalam aktivitas keagamaan

Generasi z dapat berpartisipasi dalam bentuk saran dan masukan terhadap kegiatan keagamaan atas ilmu yang mereka peroleh dari konten dakwah.¹⁶

3. Minat menjadi kreator dakwah

Minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu, kemudian membuktikannya dalam perilaku yang

¹⁴ Risa Nur Fauzi, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah...,43

¹⁵ Ira Suprihatin, Perubahan Perilaku Bergotong Royong Masyarakat Sekitar Perusahaan Tambang Batubara di Desa Mulawarman Kecamatan Tenggarong Seberang...,64

¹⁶ Ashri Azhari, *et all*, Partisipasi Organisasi Pemuda Masjid Dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan...,71

terlihat mengenai apa yang menjadi minatnya. Dalam aktivitas diperlukan pemusatan perhatian, sehingga seseorang bisa melakukan apapun yang sebelumnya tidak bisa dilakukan dan ini sangat berkaitan dengan minat yang ada di dalam pribadi seseorang. Mengenai pembahasan minat, banyak ahli yang menggunakan pendapatnya.¹⁷

Indikator dalam penelitian ini adalah:

a. Perasaan senang

Perasaan senang terhadap sesuatu objek akan menimbulkan minat pada diri seseorang dan dapat menimbulkan keinginan untuk mempertahankan objek tersebut.¹⁸

b. Ketertarikan

Ketertarikan berhubungan dengan daya dorong terhadap sesuatu benda, orang, kegiatan atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

c. Keterlibatan

Keterlibatan seseorang terhadap suatu objek yang mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengerjakan kegiatan dari objek tersebut.¹⁹

¹⁷ M Rangga Septian Adi P, Minat Mahasiswa Kpi Angkatan 2017 Terhadap Profesi *Content Creator*,..13-14

¹⁸ Intania Putri Wulandari, Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Minat Ibu Dalam Pemanfaatan Pelayanan Antenatal Care Di Puskesmas Gribig Kota Malang...,9

¹⁹ Wulandari, Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Minat Ibu Dalam Pemanfaatan Pelayanan Antenatal Care Di Puskesmas Gribig Kota Malang..., 8-10

d. Kesiapan bertindak

Kesiapan bertindak merupakan bentuk dari adanya kesiapan diri untuk mengikuti sesuatu.²⁰

E. Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto “Instrumen penelitian merupakan sesuatu yang terpenting dan strategis kedudukannya di dalam keseluruhan kegiatan penelitian. Instrumen penelitian tergantung jenis data yang diperlukan dan sesuai dengan integral dan termaksud dalam komponen metodologi penelitian karena instrument penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah yang sedang diteliti” dapat disimpulkan bahwa Instrumen hanya merupakan alat yang akan digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang akurat.²¹

Kuesioner adalah instrument yang digunakan untuk mengukur suatu peristiwa atau kejadian yang berisi kumpulan pertanyaan untuk memperoleh informasi terkait penelitian yang dilakukan. Tidak jarang, peneliti dituntut untuk membuat kuesioner sendiri. Data yang baik dan benar tergantung pada baik

²⁰ Muthoatul Chasna, Pengaruh Pesan Dakwah Terhadap Minat Mengikuti Pengajian Agama (Studi Pada Akun Instagram @remisyaoofficial..., 21

²¹ Hamni Fadlilah Nasution, “Instrumen Penelitian Dn Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 4, no.1 (2016):63-64
<http://repo.uinsyahada.ac.id/326/1/416-1276-1-PB.pdf> (6 September 2024).

tidaknya alat ukur dalam penelitian, dalam hal ini adalah kuesioner. Baik tidaknya instrument penelitian dapat ditentukan oleh validitas dan reliabilitasnya.²²

Semua jenis instrument peneliti ini berisi rangkaian pertanyaan tentang pengaruh konten dakwah Kadam sidik terhadap pengetahuan keislaman yang menjadi pokok penelitian. Alat yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah kuesioner dalam bentuk pertanyaan menggunakan google form. Pertanyaan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala likert. Skala likert adalah nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan yang dijumlahkan sehingga mencapai nilai total. Skala likert secara umum menggunakan peringkat lima angka penilaian yaitu:²³

Tabel 3.2 Skala Likert

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju

1. Skor 5 untuk jawaban yang sangat setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban setuju (S)

²² Rezha Nur Amalia, Ragil Setia Dianingati dan Eva Annisa, “Pengaruh Jumlah Reponden Terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi” *Journal of Research in Pharmacy*, 2, no.1 (2022):10
<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/generics/article/view/12271> (9 September 2024).

²³ Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D” (Bandung: Alfabeta, 2014):40-45.

3. Skor 3 untuk jawaban netral (N)
4. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

Tabel 3.3

Kisi-kisi Instrumen Konten Dakwah

Aspek	Indikator	Sebaran Item	Tervalidasi
Komunikasi Interpersonal	1. Akseibilitas yang mudah	(1),(2),(3),(4), (5),(6),(7),(8),(9),	(2),(3),(4),(5) (7),(10),(12),(13)
	2. Konten yang relevan	(10), (11), (12), (13), (14), (15)	
Media Richness	Kualitas Konten	(16),(17),(18),(19) (20)	(16),(17),(18),(19)

Tabel 3.4

Kisi-kisi Instrumen Pemahaman Keislaman

Aspek	Indikator	Sebaran Item	Tervalidasi
Difusi Inovasi (Everett M. Rogers)	1. Peningkatan pengetahuan agama	(21),(22),(23), (24), (25),	(22),(23), (24), (26), (27), (28),
	2. Perubahan perilaku	(26),(27),(28), (29),(30),(31), (32),(33),(34),	(31),(32),(34),(35) (38)

	3. Partisipasi dalam aktivitas keagamaan	(35),(36),(37),(38)	
	4. Kepatuhan terhadap ajaran Islam		

Tabel 3.5

Kisi-kisi Instrumen Minat Menjadi Kreator Dakwah

Aspek	Indikator	Sebaran Item	Jumlah
Minat (Muhubbin Syah)	1. Perasaan senang		
	2. Ketertarikan	(39)	(39)
	3. Keterlibatan	(40),(41),(42)	(40),(41)
	4. Kesiapan bertindak	(43)	(42),(43)

F. Teknik pengumpulan data

Data dan informasi yang diperoleh dari penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan:

1. Observasi

Menurut Sutrisno, metode observasi diartikan sebagai pengamatan, pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.²⁴ Dimana data

²⁴ Mhd Panerangan Hasibuan, "Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi" Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat, 1, no.1 (2023):9 (4 Maret 2025)

yang didapatkan dalam observasi ini sesuai dengan data yang peneliti butuhkan. Hal-hal yang akan diamati oleh peneliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk mengetahui secara objektif dan konkrit mengenai pengaruh konten dakwah tiktok Kadam Sidik terhadap pemahaman keislaman dan minat menjadi kreator dakwah. Dalam penelitian ini melakukan observasi secara langsung, dimana peneliti melakukan pengamatan beberapa kali kepada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan melihat secara langsung pada saat mereka mengakses tiktok kadam sidik.

Untuk keperluan observasi tersebut, peneliti dapat melakukan beberapa kegiatan berikut ini:

- a. Membuat susunan pertanyaan yang sesuai dengan Gambaran informasi yang ingin didapatkan
- b. Menentukan sasaran pengamatan dan memperkirakan waktu yang diperlukan untuk melakukan pengamatan pada sasaran tersebut secara fleksibel.
- c. Mengantisipasi terkait sasaran utama maupun cadangan, serta memahami hubungan antara satu sasaran dengan yang lain sebagai satu kesatuan.²⁵

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu instrument pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam jumlah yang besar. Caranya dengan memberikan sejumlah pertanyaan tertulis secara terstruktur kepada responden berkaitan dengan tanggapnya terhadap berbagai variabel yang diteliti. Untuk mempersingkat waktu

²⁵ Suyinto, "Metode Penelitian Kuantitatif Konsep, Prinsip dan Operasionalnya" (Tulungagung, Akademik Pustaka, 2018):111. (Diakses 27 Mei 2025)

dalam mengumpulkan data maka kuesioner dibagikan dalam bentuk google form.²⁶ Kuesioner yang peneliti bagikan berupa pertanyaan pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Adapun reponden disini yaitu mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam UIN Palu.

a. Uji validitas

Sebelum peneliti menggunakan instrument yang telah disusun sedemikian rupa untuk keperluan pengumpulan data hendaknya instrument tersebut diuji kevalidaanya terlebih dahulu. Semakin tinggi validitas suatu instrumen, semakin baik instrument itu untuk digunakan. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan atau keapshigan instrument.²⁷ Menentukan validitas sebuah item pertanyaan dilakukan dengan membandingkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument tersebut dianggap valid. Dalam melakukan uji validitas, penulis menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Dalam penelitian ini, proses pengujian validitas menggunakan program komputer IBM SPSS versi 26. Hasil analisis yang diperoleh melalui perangkat lunak tersebut dapat dilihat secara rinci pada lampiran 11 hingga 13.

1) Validitas Variabel Konten dakwah (X)

Untuk variabel Konten dakwah , seluruh item pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid karena nilai korelasi r hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai

²⁶ Viktor Handrianus Pranatawijaya, et all, “ Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online” *Jurnal Sains dan Informatika*, 2, no.5 (2019):129 <https://jsi.politala.ac.id/index.php/JSI/article/view/185> (11 September 2024).

²⁷ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006),151.

r tabel sebesar 0,181. Dengan demikian, sebanyak 12 butir pertanyaan memenuhi standar validitas yang ditetapkan.

2) Validitas Variabel Pemahaman Keislaman (Y1)

Pada variabel Pemahaman Keislaman, hasil uji validitas juga menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid. Nilai korelasi r hitung untuk variabel ini melebihi nilai r tabel sebesar 0,181, sehingga 11 butir kuesioner dapat dikonfirmasi sebagai instrumen yang sah untuk mengukur variabel tersebut.

3) Validitas Variabel Minat Menjadi Konten Kreator (Y2)

Pada variabel Minat menjadi Konten Kreator, hasil uji validitas juga menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid. Nilai korelasi r hitung untuk variabel ini melebihi nilai r tabel sebesar 0,181, sehingga 5 butir kuesioner dapat dikonfirmasi sebagai instrumen yang sah untuk mengukur variabel tersebut.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa instrument yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat ukur data karena instrument tersebut sudah baik. Untuk mencari reabilitas untuk keseluruhan item adalah dengan mengoreksi angka koreksi yang diperoleh dengan memasukkannya dalam rumus Koefisien Alfa (Cronbach).²⁸

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menilai dan memastikan bahwa instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data dapat dipercaya karena kualitasnya yang sudah baik. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha yang diperoleh melebihi 0,6. Proses perhitungan ini dilakukan dengan

²⁸ Ibid., 175.

menggunakan program IBM SPSS versi 26. Hasil pengujian reliabilitas untuk setiap variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.6 Uji Reabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.975	12

Berdasarkan tabel tersebut, analisis uji reliabilitas untuk variabel (X) menunjukkan nilai yang sangat baik dengan Cronbach's Alpha sebesar 0,975. Karena suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6, hasil ini menegaskan bahwa semua item pertanyaan pada instrumen tersebut dapat dianggap reliabel.

Tabel 3.7 Uji Reabilitas Y1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.692	11

Berdasarkan tabel tersebut, analisis uji reliabilitas untuk variabel (Y1) menunjukkan nilai yang sangat baik dengan Cronbach's Alpha sebesar 0.692. Karena suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6, hasil ini menegaskan bahwa semua item pertanyaan pada instrumen tersebut dapat dianggap reliabel.

Tabel 3.8 Uji Reabilitas Y2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.945	5

Berdasarkan tabel tersebut, analisis uji reliabilitas untuk variabel (Y2) menunjukkan nilai yang sangat baik dengan Cronbach's Alpha sebesar 0,945. Karena suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6, hasil ini menegaskan bahwa semua item pertanyaan pada instrumen tersebut dapat dianggap reliabel.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu bentuk kegiatan atau proses dalam menyediakan berbagai dokumen dengan memanfaatkan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan dari berbagai sumber dalam hal ini upaya mencatat dan mengaktegorikan suatu informasi dalam bentuk foto/gambar dan *screenshot* konten dakwah tiktok Kadam Sidik.²⁹ Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen terkait dengan permasalahan pada penelitian ini, yakni berupa foto dan *screenshot*.

G. Teknik analisis data

Analisis data adalah proses paling vital dalam sebuah penelitian. Hal ini berdasarkan argumentasi bahwa dalam analisis inilah data yang diperoleh peneliti

²⁹ Hajar Hasan, "Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri" *Jurnal Sistem Informasi dan Komputer*, 2, no.1, (2022) <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32> (11 September 2024)

bisa diterjemahkan menjadi hasil yang sesuai dengan kaidah ilmiah. Teknik analisis data yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini yaitu analisis regresi sederhana. Teknik analisis regresi sederhana ini sangat cocok digunakan karena peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh konten dakwah kadam sidik terhadap pengetahuan keislaman dan minat menjadi kreator dakwah pada mahasiswa.

1. Uji normalitas

Uji normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafik distribusi frekuensi atas skor yang ada. Pengujian kenormalan bergantung pada kemampuan kita dalam mencermati plotting data. Jika jumlah data cukup besar dan distribusi data tidak 100% normal (tidak normal sempurna), maka kesimpulan yang ditarik mungkin salah. Para ahli sekarang telah mengembangkan berbagai metode untuk melakukan pengujian normalitas.³⁰ Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Kolmogorov-Smirnov.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas yaitu pengujian mengenai kesamaan variasi-variasi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah data sampel didapat dari populasi yang bervarians homogen atau tidak. Yang dikatakan homogenitas varians jika nilai p value $Sig > 0,05$. Nilai p value Sig merupakan nilai perhitungan hasil pengujian homogenitas.

3. Uji Regresi Sederhana

³⁰ Usmadi, "Pengujian Persyaratan Analisis Uji Homogenitas dan Uji Normalitas", *Inovasi Pendidikan* 7, No.1 (2020) 58
<https://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php/inovasipendidikan/article/viewFile/2281/1798> (09 September 2024)

yaitu digunakan untuk menguji signifikan atau tidak hubungan tidak lebih dari satu variabel melalui koefisien regresinya. Dalam penelitian ini analisis regresi sederhana berperan sebagai teknik statistic yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh konten dakwah tiktok Kadam Sidik terhadap Pengetahuan Keislaman.

Rumus regresi linier sederhana yaitu :

$$Y_1 = a+bX$$

$$Y_2 =a=bX$$

Keterangan :

Y1 : Variabel Dependent (Pengetahuan Keislaman)

Y2 : Variabel Dependent (Minat Menjadi Kreator Dakwah)

a : Kontanta

X : Konten Dakwah Tiktok

b : Koefisien Regresi Konten Dakwah Tiktok³¹

4. Uji Hipotesis T

Menurut purwoto, untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independent secara persial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dilakukan dengan pengujian uji t, Dimana derajat signifikan yangh digunakan adalah $\alpha = (0,05)$, dengan bentuk pengujian sebagai dibawah ini.³²

³¹ Nemi Elisa “Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Objek Wisata Pantai Linau” (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Negeri (IAIN) Bengkulu): 36 (2 Maret 2025)

³² Suharyadi dan purwoto. *Statistika untuk ekonomi dan keuangan modern edisi 2 buku 1.*; Jakarta.2008.

1. Jika nilai signifikan t (*Probability*) \leq (0,05), artinya masing masing variabel independen secara persial berpengaruh signifikan terhadap Pengetahuan Keislaman pada mahasiswa.
2. Jika nilai signifikan t (*Probability*) $>$ (0,05), artinya masing masing variabel independent secara persial berpengaruh signifikan terhadap Pengetahuan Keislaman pada mahasiswa.

5. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independent berpengaruh secara simultan secara signifikan terhadap variabel dependen. Drajat yang digunakan yaitu 0,05. Apabila F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F menurut table maka hipotesis alternative, yang menyatakan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali dikutip Jurmansyah koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan varian variabel dependen.³³ Koefisien Determinasi R^2 adalah proporsi dari total variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independent dalam model regresi.

³³ Muhammad Jusmansyah, "Analisis Pengaruh current Rasio, Debt To Equity Rasio, Total Assent Turn Over, dan Retur non Equaty," *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 9, No.2 (Oktober 2020):185

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Penelitian

1. Gambaran Umum Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Sejarah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) berawal dari transformasi kelembagaan STAIN Palu yang memisahkan diri dari IAIN Alauddin Ujung Pandang. Upaya pengembangan STAIN Palu diwujudkan melalui pembukaan program studi baru, salah satunya KPI yang resmi berdiri pada 30 Mei 1998 melalui Surat Keputusan Ketua STAIN Palu, Drs. H. Noor Sulaiman PL, Nomor 66 A Tahun 1998 dan mulai menerima mahasiswa baru per 2 Juni 1998. Pada periode perintisan ini (1998–2012), pimpinan pertama jurusan adalah Drs. KH. Mansyur Mochtar sebagai Ketua dan Drs. Thalib sebagai Sekretaris. Dosen awal jurusan ini antara lain Drs. Ariendonika, M.Ag., Drs. Adam, serta menyusul Syamsuri, S.Ag., M.Ag., Mokh. Ulil Hidayat, S.Ag., Drs. Ibrahim Latepo, Nurwahidah Alimudin, dan Samsinas, S.Ag., M.Ag.

Kepemimpinan jurusan terus mengalami dinamika seiring semangat dosen dalam melanjutkan studi ke jenjang S2 dan S3. Setelah wafatnya ketua jurusan pertama, estafet kepemimpinan sempat dipegang Drs. Adam, kemudian dilanjutkan oleh Drs. Thalib, M.Pd., dan Mokh. Ulil Hidayat sebagai sekretaris. Saat Drs. Thalib wafat, kepemimpinan diserahkan kepada Bahtar, S.Ag., M.Sos.I. dengan H. Muhammad Munif Goal, M.A. sebagai sekretaris. Momentum penting terjadi pada 28 Februari 2012, saat KPI memperoleh izin penyelenggaraan resmi dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam melalui SK No. 338 Tahun 2012.

Memasuki periode pengembangan (2012–2023), transformasi kelembagaan dari STAIN menjadi IAIN Palu membawa implikasi struktural bagi jurusan KPI.

Bersama dua prodi baru di rumpun dakwah, yakni Bimbingan Konseling Islam (BKI) dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), KPI digabung ke dalam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD). Dr. Syamsuri, M.Ag. menjadi ketua program studi KPI pada masa ini. Upaya peningkatan mutu dilakukan melalui proses akreditasi BAN-PT. Meski awalnya memperoleh nilai cukup, pada periode kepemimpinan Dekan Dr. H. Sidik, M.Ag., dan Ketua Prodi Drs. H. Ibrahim Latepo, M.Sos.I. dengan Sekretaris Fitriingsih, S.Hum., M.Hum., akreditasi KPI berhasil meningkat menjadi “Sangat Baik”.

Periode kemandirian (2023–sekarang) ditandai dengan keberhasilan KPI bersama prodi rumpun dakwah menjadi bagian dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) yang berdiri mandiri setelah perubahan IAIN Palu menjadi UIN Palu. Proses pemekaran fakultas ini melalui tahapan panjang di bawah arahan Rektor Prof. Dr. H. Sagaf Pettalongi, M.Pd., kemudian dilanjutkan oleh Prof. Dr. KH. Lukman S. Thahir, M.Ag. Panitia pengembangan diketuai oleh Dr. Adam, M.Pd., M.Si., bersama Sekretaris Dr. Syamsuri, M.Ag., dan selanjutnya Mokh. Ulil Hidayat, S.Ag., M.Fil.I sebagai Ketua Panitia pemekaran akhir. Dengan lahirnya FDKI melalui Keputusan Menteri Agama, maka jurusan KPI secara resmi berada di bawah fakultas tersendiri, dipimpin oleh Dekan Dr. Adam, M.Pd., M.Si., bersama jajaran wakil dekan lainnya, menandai era baru dalam pengembangan keilmuan komunikasi dan penyiaran Islam di UIN Palu.

Adapun visi dan misi jurusan komunikasi dan penyiaran Islam :

Visi:

Menjadi Program Studi yang Unggul dalam Pengembangan ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berbasis Islam Moderat, integrasi Ilmu, Kearifan Lokal dan Spritualitas profetik untuk Peradaban Global.

Misi:

1. Menyelenggarakan Pendidikan di bidang komunikasi dan Penyiaran Islam yang integratif antara Ilmu Keislaman dan Ilmu Komunikasi
2. Melaksanakan Penelitian yang berkontribusi pada Pengembangan ilmu Komunikasi Islam, media dakwah dan teknologi informasi
3. Mengembangkan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk dakwah bil hikmah melalui berbagai media komunikasi yang efektif dan relevan.
4. Menjalin kemitraan dengan institusi media, lembaga dakwah, dan instansi lain baik di tingkat lokal, nasional dan internasional.
5. Membentuk lulusan yang professional dan berakhlak mulia, serta mampu bersaing di bidang komunikasi dan penyiaran berbasis nilai-nilai Islam.¹

2. Profil Husain Basyaiban (Pemilik Akun)

Akun @kadamsidik00 adalah akun milik Husain Basyaiban yang merupakan seorang mahasiswa dan juga pendakwah muda. Saat ini Husain Basyaiban sedang menempuh pendidikan perguruan tinggi UIN Surabaya dan diketahui merupakan alumni dari Mtsn (Madrasah Tsanawiyah) Bangkalan Madura dan juga menetap di Bangkalan, Madura Jawa Timur. Dia memiliki hobi membaca Al-quran dan bermain basket, pendakwah muda kelahiran Makkah, 12 Agustus 2002.

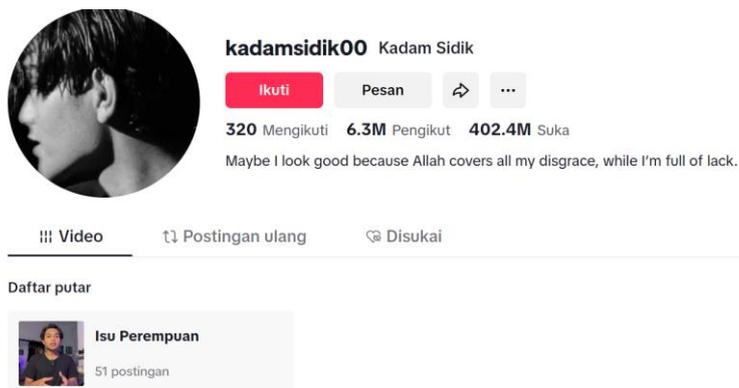
Selain kuliah, dia memiliki kegiatan mengkaji ajaran agama melalui beberapa media dan salah satunya adalah media tiiktok dengan wawasan yang luas dan paham akan ilmu agama islam dia mampu menjelaskan dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh penggemarnya sehingga saat ini nama Husain Basayiban banyak dikenal khususnya pada kalangan remaja karena video

¹ Dokumen Internal Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Sejarah dan Visi Misi Jurusan KPI*, (Palu: UIN Datokarama Palu, 2023).

dakwahnya yang mudah dipahami dan sesuai dengan problematika anak muda saat ini.²

Akun @kadamsidik00 merupakan akun tiktok milik Husain Basyaiban, pemuda kelahiran Makkah pada tanggal 12 Agustus 2002. Akun tersebut memiliki 6.3 M pengikut, 320 mengikuti orang lain dan 402,4 M suka. Sampai pada bulan juli 2025 memiliki jumlah video sebanyak 1,110. Akun tersebut menggunakan foto profil berupa foto Husain Basyaiban yang sedang menoleh sebelah kiri. Pada tampilan atas terdapat keterangan akun yang bertuliskan “Saya terlihat baik karena Allah tutupi aibnya, padahal mah kotor banget”.

Gambar 4.1 Profil Kadam Sidik



Sumber: Situs *Social Blade*, 2025

Husyain Basyaiban memiliki nama akun tiktok Kadam Sidik yang mana jumlah video yang diupload oleh akun Kadam Sidik ini sebanyak 1,110 k dengan 6,3 juta followers, 320 following serta 402,4 juta likes

² Salim Syahid Anshori, Penggunaan TikTok sebagai Media Komunikasi Dakwah (Studi Netnografi pada Akun @kadamsidik00) (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023), 41.

Gambar 4.2 *Social Blade*

Sumber: Situs *Social Blade*, 2025

Adapun peringkat akun tiktok Kadam Sidik dari Followers Rank yaitu 325th, sedangkan dari peringkat likes Rank yaitu 965rd dan dari peringkat upload Rank yaitu 6,262nd., sedangkan untuk total gradenya rangkingnya adalah B+.

B. Hasil Penelitian Pengaruh Konten Dakwah Tiktok Kadam Sidik Terhadap Pemahaman Keislaman dan Minat Menjadi Kreator Dakwah

1. Hasil Pengamatan Observasi

Dalam pengamatan langsung terhadap dinamika perkuliahan dan kegiatan keagamaan mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Datokarama Palu, ditemukan bahwa media sosial khususnya TikTok telah menjadi media populer untuk konsumsi konten dakwah. Akun TikTok milik Kadam Sidik menempati posisi dominan sebagai referensi dakwah harian bagi mahasiswa KPI. Hal ini terlihat dari kebiasaan mahasiswa yang rutin menonton konten-konten berdurasi pendek dengan gaya penyampaian yang santai, visual menarik, dan penggunaan bahasa yang mudah dipahami. Mahasiswa tidak hanya menonton, tetapi juga sering kali mendiskusikan isi konten dalam forum informal seperti kelompok belajar, ruang kelas, bahkan unggahan ulang (repost) ke media sosial pribadi mereka. Beberapa mahasiswa juga tampak terinspirasi untuk membuat

konten sederhana menggunakan suara latar (sound) atau kutipan dari video Kadam Sidik.

Namun, dari hasil observasi awal juga ditemukan bahwa meskipun banyak mahasiswa mengonsumsi konten dakwah TikTok, tingkat pemahaman keislaman yang dihasilkan dari konsumsi tersebut berbeda-beda. Ada mahasiswa yang mampu memahami dan menginternalisasi nilai-nilai Islam dari konten Kadam Sidik, sementara sebagian lainnya hanya menonton secara pasif tanpa pengaruh yang berarti terhadap pemahaman agama mereka. Selain itu, minat untuk menjadi kreator dakwah juga mulai tumbuh di kalangan mahasiswa KPI, namun tidak semua memiliki keberanian, motivasi, atau pengetahuan teknis untuk memproduksi konten dakwah yang sesuai dengan prinsip komunikasi Islam.

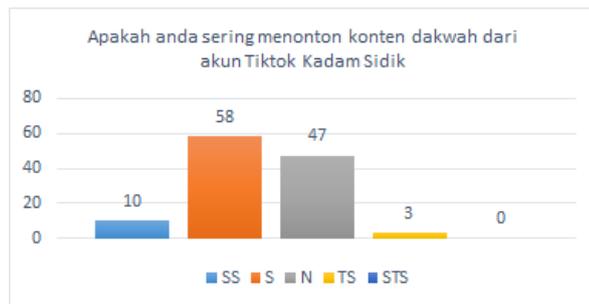
Fakta ini menjadi landasan awal bagi penelitian yang akan dilakukan, yaitu “Pengaruh Konten Dakwah TikTok Kadam Sidik terhadap Pemahaman Keislaman dan Minat Menjadi Kreator Dakwah pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana intensitas mengakses konten dakwah Kadam Sidik di TikTok berkorelasi dengan tingkat pemahaman keislaman mahasiswa KPI dan minat mereka untuk menjadi kreator dakwah di media sosial. Observasi terhadap perilaku mahasiswa menunjukkan bahwa konten dakwah digital memiliki pengaruh terhadap cara mahasiswa memahami ajaran Islam sekaligus mendorong potensi mereka untuk menyampaikan pesan keislaman melalui platform digital secara kreatif.

Untuk memperoleh data terkait variabel X, yakni Konten Dakwah TikTok Kadam Sidik, peneliti menggunakan angket yang terdiri dari 12 item pernyataan. Sementara untuk variabel Y1, yaitu Pemahaman Keislaman terdiri dari 11 item pertanyaan dan variabel Y2 Minat Menjadi Kreator Dakwah, digunakan 5 item pernyataan. Instrumen ini akan diberikan kepada mahasiswa jurusan Komunikasi

dan Penyiaran Islam (KPI) dengan jumlah responden sebanyak 118 mahasiswa, menggunakan skala likert sebagai berikut:

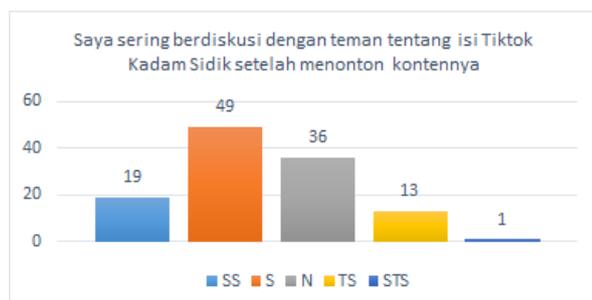
1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral (N) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Berikut adalah grafik distribusi jawaban responden terhadap pernyataan konten dakwah di TikTok, khususnya dari Kadam Sidik.



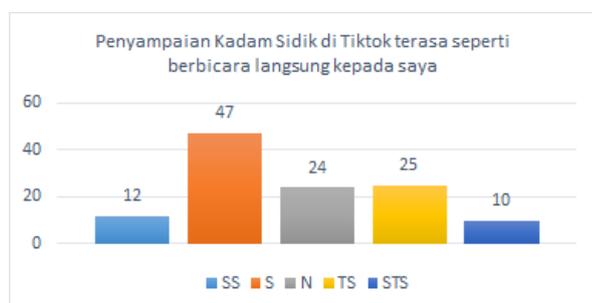
GAMBAR 4.3

Diagram pertama menunjukkan bahwa mayoritas responden (58 orang) menyatakan "Setuju" (S) bahwa mereka sering menonton konten dakwah dari akun TikTok Khadam Sidik, diikuti oleh 47 orang yang "Netral" (N). Hanya sedikit responden yang "Sangat Setuju" (SS) atau "Tidak Setuju" (TS), dan tidak ada yang "Sangat Tidak Setuju" (STS). Ini mengindikasikan bahwa akun tersebut cukup sering ditonton oleh pengguna, menunjukkan tingkat eksposur yang tinggi terhadap kontennya.



GAMBAR 4.4

Diagram kedua menunjukkan bahwa sebagian besar responden (49 orang) "Setuju" bahwa mereka berdiskusi dengan teman setelah menonton konten dari Khadam Sidik, dan 36 orang "Netral". Ini menunjukkan bahwa konten tersebut tidak hanya dikonsumsi secara pasif, tetapi juga mendorong interaksi sosial dan diskusi yang bisa memperdalam pemahaman terhadap materi dakwah yang disampaikan.



GAMBAR 4.5

Dalam diagram ketiga, 47 responden "Setuju" bahwa penyampaian Khadam Sidik terasa seperti berbicara langsung kepada mereka, dan 24 orang merasa "Netral". Hal ini menunjukkan bahwa gaya penyampaian yang digunakan cukup personal dan efektif dalam membangun koneksi emosional dengan penonton, yang penting dalam dakwah digital.



GAMBAR 4.6

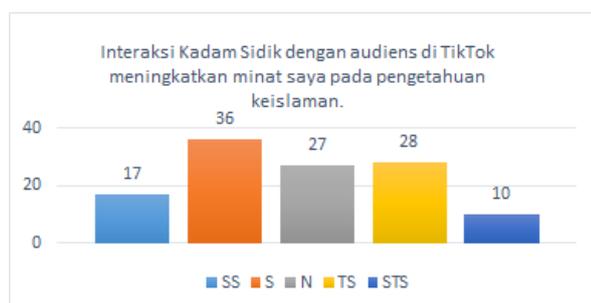
Diagram keempat memperlihatkan bahwa mayoritas responden (55 orang) "Setuju" bahwa mereka merasa terinspirasi untuk mencari tahu lebih banyak tentang Islam setelah menonton kontennya. Ini menandakan bahwa konten dakwah yang disajikan mampu membangkitkan rasa ingin tahu dan dorongan untuk belajar lebih dalam tentang agama, yang merupakan indikator keberhasilan dalam menyebarkan dakwah melalui media sosial.



GAMBAR 4.7

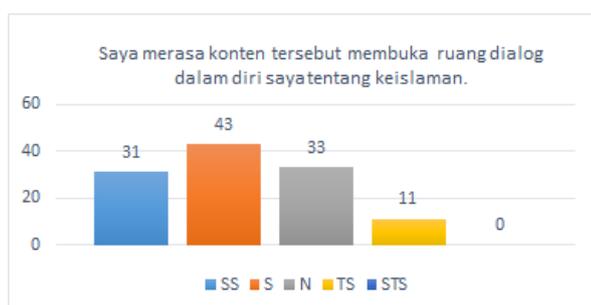
Diagram kelima menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa nyaman membagikan pendapat tentang konten dakwah tersebut, dengan 41 orang menjawab "Setuju" dan 17 orang "Sangat Setuju". Meskipun ada 25 orang yang "Tidak Setuju" dan 4 yang "Sangat Tidak Setuju", dominasi respon positif

mengindikasikan bahwa konten Khadam Sidik mendorong keterbukaan untuk berdiskusi, yang penting dalam penyebaran dakwah secara organik melalui opini publik.



GAMBAR 4.8

Dalam diagram keenam, mayoritas responden (36 orang) menjawab "Setuju" bahwa interaksi Khadam Sidik di TikTok meningkatkan minat mereka terhadap pengetahuan keislaman, sementara 27 orang berada di posisi "Netral". Meskipun ada sebagian responden yang tidak sepakat, temuan ini memperkuat indikasi bahwa gaya interaktif dalam berdakwah memiliki efek positif terhadap ketertarikan audiens untuk mendalami Islam lebih lanjut.



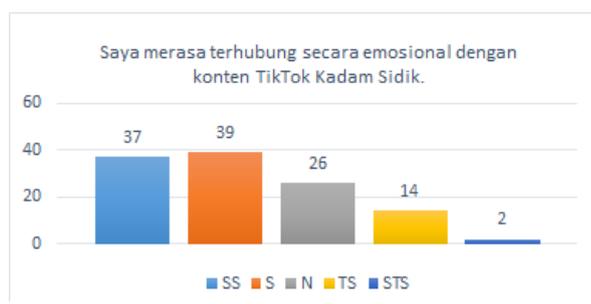
GAMBAR 4.9

Diagram ketujuh menunjukkan bahwa konten dakwah Khadam Sidik memicu refleksi pribadi, dengan 43 orang menjawab "Setuju" dan 31 orang "Sangat Setuju". Ini menunjukkan bahwa konten tersebut bukan hanya informatif, tetapi juga menggugah pemikiran dan perenungan spiritual, yang merupakan tujuan penting dalam dakwah yang menyentuh aspek batiniah seseorang.



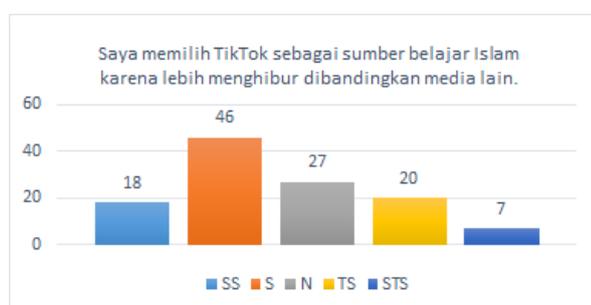
GAMBAR 4.10

Diagram kedelapan memperlihatkan bahwa mayoritas responden (49 orang) menyatakan "Setuju" bahwa pesan keislaman yang disampaikan terasa relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Ini adalah indikator penting bahwa konten Khadam Sidik mampu menghubungkan ajaran Islam dengan konteks kekinian, menjadikannya lebih mudah dipahami dan diterapkan dalam kehidupan nyata.



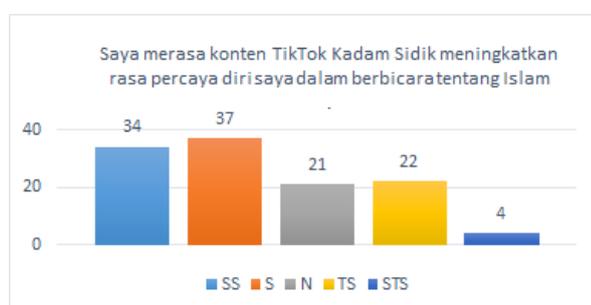
GAMBAR 4.11

Diagram kesembilan menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa memiliki keterhubungan emosional dengan konten Khadam Sidik, dengan 39 orang "Setuju" dan 37 orang "Sangat Setuju". Hal ini menunjukkan bahwa konten tersebut tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berhasil menyentuh aspek emosional audiens, yang penting untuk membangun loyalitas dan keterlibatan jangka panjang dalam dakwah digital.



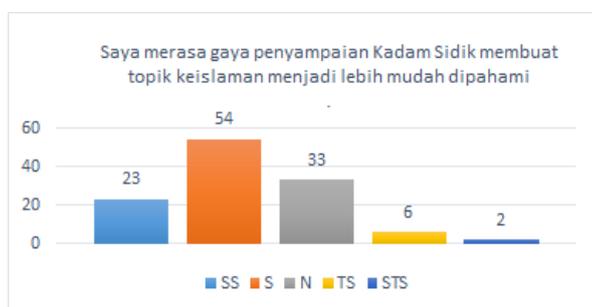
GAMBAR 4.12

Pada diagram kesepuluh, 46 orang "Setuju" bahwa mereka memilih TikTok sebagai media pembelajaran Islam karena sifatnya yang lebih menghibur dibanding media lain, diikuti oleh 27 orang yang "Netral". Ini mengindikasikan bahwa unsur hiburan dalam penyampaian dakwah sangat berperan dalam menarik minat belajar masyarakat, menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang ringan namun tetap bermakna sangat efektif di era digital.



GAMBAR 4.13

Diagram kesebelas menunjukkan bahwa konten Khadam Sidik turut meningkatkan rasa percaya diri audiens dalam berbicara mengenai Islam, dengan 37 responden "Setuju" dan 34 "Sangat Setuju". Ini menunjukkan bahwa konten tersebut tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga memperkuat kemampuan dan keberanian audiens untuk menyampaikan nilai-nilai Islam kepada orang lain.



GAMBAR 4.14

Diagram kedua belas memperlihatkan bahwa mayoritas responden (54 orang) "Setuju" bahwa gaya penyampaian Khadam Sidik membuat topik keislaman lebih mudah dipahami, dan 23 orang lainnya "Sangat Setuju". Ini menjadi bukti bahwa penggunaan bahasa sederhana, visual menarik, dan pendekatan kekinian dalam berdakwah efektif dalam menjembatani pemahaman keislaman bagi generasi muda yang aktif di media sosial.



GAMBAR 4.15

Diagram tiga belas menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa konten Khadam Sidik menawarkan pendekatan baru dalam mempelajari Islam, dengan 51 orang "Setuju" dan 40 "Sangat Setuju". Ini mencerminkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, dianggap sebagai platform yang segar dan inovatif untuk menyampaikan ajaran Islam, berbeda dari metode pembelajaran tradisional yang cenderung formal dan kaku.



GAMBAR 4.16

Diagram empat belas cukup unik, karena menunjukkan bahwa ketertarikan sebagian besar responden terhadap konten Khadam Sidik muncul dari kontroversi — 56 orang "Setuju" dan 38 "Sangat Setuju" bahwa mereka mulai tertarik karena banyak orang marah. Ini menunjukkan bahwa aspek viralitas atau konflik bisa menjadi pintu masuk untuk meningkatkan eksposur terhadap dakwah, meskipun ini perlu dikelola dengan bijak agar tidak mengaburkan pesan dakwah itu sendiri.



GAMBAR 4.17

Pada diagram lima belas, mayoritas responden (54 orang) "Setuju" dan 34 "Sangat Setuju" bahwa konten Khadam Sidik lebih menarik dibandingkan sumber belajar Islam tradisional. Ini menunjukkan bahwa format konten yang cepat, visual, dan kontekstual lebih digemari generasi sekarang, dan menjadi tantangan bagi institusi tradisional untuk beradaptasi agar tetap relevan dalam menyampaikan ilmu agama.



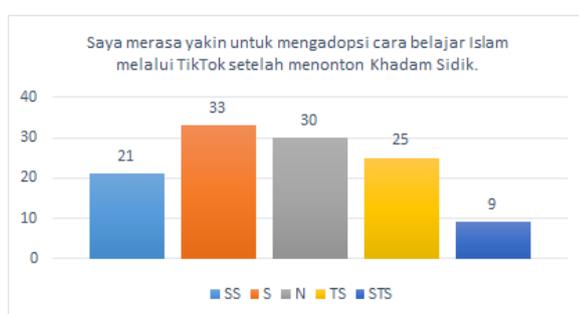
GAMBAR 4.18

Diagram enam belas menunjukkan bahwa 48 responden "Setuju" dan 25 "Sangat Setuju" mereka mulai rutin menonton konten Khadam Sidik setelah merasakan manfaat terhadap pengetahuan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi dalam menonton konten dakwah dipengaruhi kuat oleh pengalaman positif yang dirasakan langsung oleh audiens, terutama terkait peningkatan wawasan keislaman.



GAMBAR 4.19

Pada grafik tujuh belas, mayoritas responden (43 orang "Setuju" dan 16 "Sangat Setuju") menyatakan bahwa konten Khadam Sidik membantu mereka menerima informasi keislaman dengan lebih cepat dibanding metode lain. Ini menegaskan efektivitas format singkat, visual, dan langsung pada TikTok dalam menyampaikan informasi secara efisien dan mudah dicerna, khususnya untuk generasi muda yang terbiasa dengan konten cepat.



GAMBAR 4.20

Diagram delapan belas menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap TikTok sebagai media belajar Islam, dengan 33 orang "Setuju" dan 21 "Sangat Setuju", meski 30 orang berada di posisi "Netral". Ini menunjukkan bahwa meskipun banyak yang terbuka terhadap pendekatan ini, sebagian audiens masih mempertimbangkan keseimbangan antara hiburan dan keakuratan konten dalam pembelajaran agama.



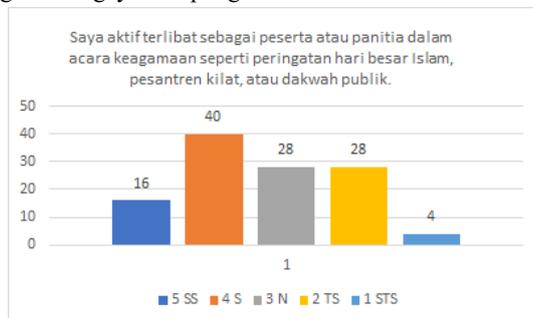
GAMBAR 4.21

Diagram sembilan belas menunjukkan bahwa mayoritas responden (41 "Setuju" dan 17 "Sangat Setuju") menganggap Khadam Sidik sebagai bentuk inovasi yang memperkaya wawasan keislaman mereka. Ini memperlihatkan bahwa pendekatan baru melalui TikTok tidak hanya diterima, tetapi juga diapresiasi sebagai alternatif kreatif dalam menyampaikan dakwah Islam yang lebih relevan dengan perkembangan zaman.



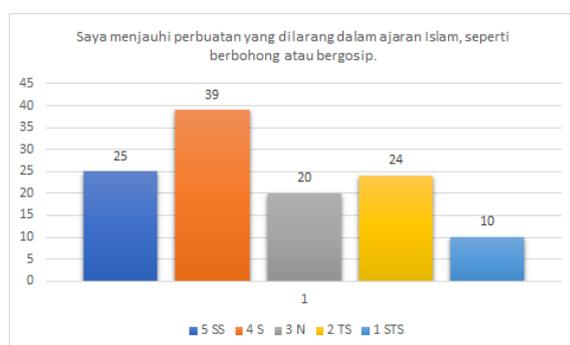
GAMBAR 4.22

Diagram kedua puluh sebagian besar responden (45 orang "Setuju" dan 31 "Sangat Setuju") merasa terdorong untuk mengikuti tren belajar Islam melalui TikTok setelah menonton konten Khadam Sidik. Ini menunjukkan bahwa konten tersebut tidak hanya memberikan edukasi, tetapi juga menciptakan efek sosial yang mendorong audiens untuk ikut serta dalam tren positif, menjadikan belajar agama sebagai bagian dari gaya hidup digital.



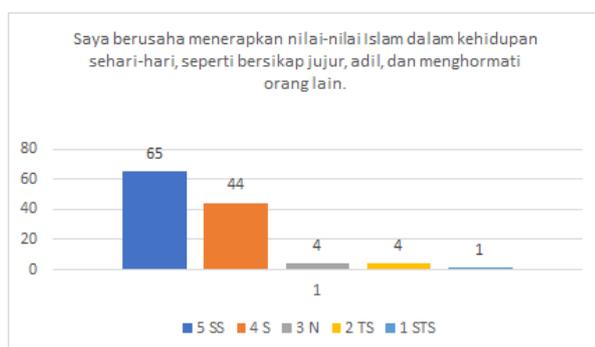
GAMBAR 4.23

Pada grafik dua satu, 40 orang "Setuju" dan 16 "Sangat Setuju" bahwa proses belajar Islam melalui TikTok terasa lebih praktis dan efisien berkat kontennya. Ini mengindikasikan bahwa pendekatan visual, singkat, dan padat informasi yang ditawarkan platform seperti TikTok sangat disukai karena tidak membutuhkan waktu lama untuk menyerap pesan-pesan keislaman yang penting.



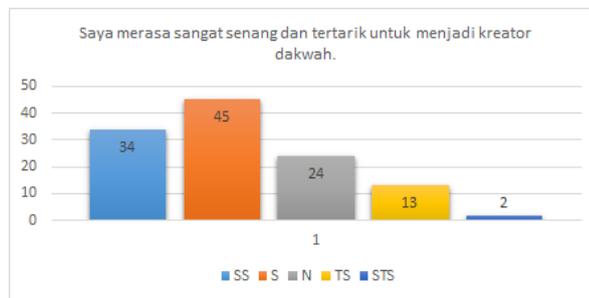
GAMBAR 4.24

Diagram dua dua memperlihatkan bahwa 39 responden "Setuju" dan 25 "Sangat Setuju" bahwa mereka menganggap TikTok sebagai platform utama dalam belajar Islam sebagai bagian dari Generasi Z. Data ini menekankan pergeseran signifikan dari media pembelajaran tradisional ke media digital di kalangan generasi muda, serta pentingnya optimalisasi platform ini untuk dakwah.



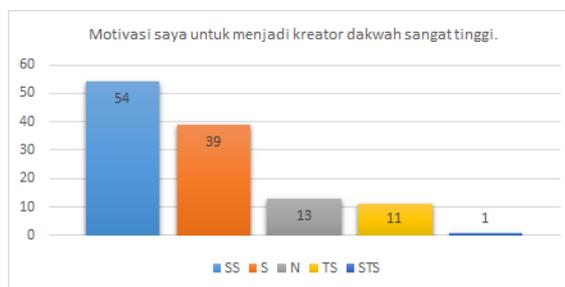
GAMBAR 4.25

Grafik dua tiga menunjukkan bahwa 65 orang "Setuju" dan 44 "Sangat Setuju" telah mencoba menerapkan ajaran Islam dari konten Khadam Sidik dalam kehidupan sehari-hari. Ini merupakan indikator kuat bahwa konten tersebut tidak hanya ditonton, tetapi juga memberikan dampak nyata dalam perubahan perilaku dan penerapan nilai-nilai Islam dalam keseharian audiensnya.



GAMBAR 4.26

Grafik dua empat sebanyak 45 responden menyatakan "Setuju" dan 34 "Sangat Setuju" bahwa mereka merasa senang dan tertarik untuk menjadi kreator dakwah. Ini mencerminkan bahwa konten Kadam Sidik tidak hanya menginspirasi sebagai tontonan pasif, tetapi juga memotivasi audiens untuk berperan aktif dalam menyebarkan dakwah melalui media digital, menunjukkan efek domino yang positif.



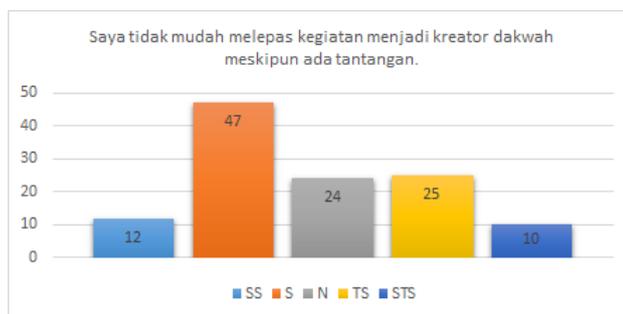
GAMBAR 4.27

Grafik dua lima menunjukkan bahwa mayoritas responden (54 "Sangat Setuju" dan 39 "Setuju") memiliki motivasi yang tinggi untuk menjadi kreator dakwah. Hal ini menandakan bahwa konten Kadam Sidik berhasil membangkitkan semangat untuk berdakwah, serta mempengaruhi secara psikologis dan emosional bahwa dakwah digital adalah jalur yang layak dan bermakna.



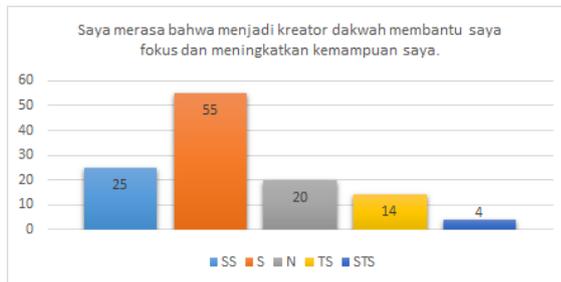
GAMBAR 4.28

Diagram dua enam, terdapat lonjakan yang sangat signifikan pada kategori "Sangat Setuju" sebanyak 107 responden yang menyatakan bahwa mereka ulet dan gigih dalam menghadapi kesulitan sebagai kreator dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya minat dan motivasi yang tumbuh, tetapi juga kesiapan mental dan komitmen untuk terus berjuang dalam menghadapi tantangan di jalan dakwah digital



GAMBAR 4.29

Diagram dua tujuh Sebanyak 47 responden menyatakan "Setuju" dan 12 "Sangat Setuju" bahwa mereka tidak mudah menyerah dari aktivitas sebagai kreator dakwah meskipun menghadapi tantangan. Walau terdapat juga 25 yang "Tidak Setuju", hal ini tetap menunjukkan bahwa mayoritas merasa memiliki komitmen yang cukup kuat untuk bertahan dalam dunia dakwah digital. Ini menunjukkan bahwa konten Khadam Sidik tidak hanya membangkitkan ketertarikan sesaat, tetapi juga menanamkan ketahanan mental dalam menjalani peran tersebut.



GAMBAR 4.30

Diagram dua delapan sebanyak 55 responden "Setuju" dan 25 "Sangat Setuju" bahwa menjadi kreator dakwah membantu mereka menjadi lebih fokus dan meningkatkan kemampuan diri. Hasil ini menandakan bahwa aktivitas dakwah digital tidak hanya memberikan kontribusi terhadap penyebaran pengetahuan Islam, tetapi juga mendorong pertumbuhan pribadi dalam hal fokus, konsistensi, dan keterampilan komunikasi serta produksi konten.

2. Uji Normalitas

a. Uji Normalitas

Dasar dari pengambilan keputusan uji normalitas adalah dengan melihat nilai signifikansinya, jika nilai sig lebih besar ($>$) dari 0,05 maka data dapat dikatakan normal dan sebaliknya jika nilai sig lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka data tidak normal.

Tabel 4.1
Hasil Uji Normalitas Konten Dakwah (X) Terhadap Pemahaman keislaman (Y1)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parametrik	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.36412550
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.079
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.049 ^c

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai sig yaitu $0,49 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Konten Dakwah (x) terhadap pemahaman keislaman (y1) berdistribusi normal

Tabel 4.2
Hasil Uji Normalitas Konten Dakwah (X) Terhadap Minat menjadi konten creator dakwah (Y2)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92193401
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.054
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai sig yaitu $0,200 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Konten Dakwah (x) terhadap minat menjadi creator dakwah (y2) berdistribusi normal.

b. Uji Homogenitas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji homogenitas masih dengan cara melihat nilai signifikansinya. Jika nilai sig $>$ dari 0,05 maka variabelnya homogeny dan sebaliknya jika nilai sig $<$ dari 0,05 maka variabelnya tidak sama atau homogeneity

Tabel 4.3**Hasil Uji Homogenitas Konten Dakwah (X) Terhadap pemahaman keislaman (Y1)**

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
TOTAL.Y 1	Based on Mean	1.411	29	83	.115
	Based on Median	.610	29	83	.933
	Based on Median and with adjusted df	.610	29	36.772	.913
	Based on trimmed mean	1.247	29	83	.217

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai sig 0,217 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa variabel konten dakwah terhadap pemahaman keislaman dikatakan homogen.

Tabel 4.4**Hasil Uji Homogenitas Konten Dakwah (X) Terhadap Minat menjadi kreator dakwah (Y2)**

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
TOTAL.Y 2	Based on Mean	1.689	29	83	.034
	Based on Median	.907	29	83	.605
	Based on Median and with adjusted df	.907	29	41.100	.603
	Based on trimmed mean	1.646	29	83	.041

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai sig 0,41 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa variabel konten dakwah terhadap minat menjadi kreator dakwah dikatakan homogen.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Rumus regresi linier sederhana yaitu:

$$Y1=a+bX$$

$$Y2=a+bX$$

Tabel 4.5

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Antara Konten Dakwah (X) Terhadap Pemahaman Keislaman (Y1)

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.604	1.967	
	TOTAL.X	.790	.044	.917

a. Dependent Variable: TOTAL.Y1

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan tabel hasil penghitungan koefisien regresi sederhana memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 0,604 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar 0,790. Sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 0,604 + 0,790 X$. Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 0,604 secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada saat kontek dakwah bernilai 0 maka pendapatan memiliki nilai 0,604. Selanjutnya nilai 0,790 yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (pemahaman keislaman) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel

terikat Y (pendapatan) adalah positif, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel konten dakwah akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,790. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden sebanyak 118 dihasilkan nilai kolerasi sebesar 0,917.

Tabel 4.6

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Antara Konten Dakwah (X) Terhadap Minat Menjadi Kreator Dakwah (Y2)

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
	(Constant)	1.242	2.228	
	TOTAL.X	.576	.050	.829

a. Dependent Variable: TOTAL.Y2

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan tabel hasil penghitungan koefisien regresi sederhana memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 1.242 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar 0,576. Sehingga diperoleh persamaan regresi $Y_2 = 1.242 + 0,576 X$. Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 1.242 secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada saat konten dakwah bernilai 0 maka pendapatan memiliki nilai 1.242. Selanjutnya nilai 0,576 yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (konten dakwah) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y2 (menjadi konten kreator) adalah positif, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel konten dakwah akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,576. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden sebanyak 118 dihasilkan nilai kolerasi sebesar 0,829. Untuk melakukan interpretasi kekuatan hubungan antara

dua variabel dilakukan dengan melihat angka koefisien kolerasi hasil perhitungan dengan menggunakan interpretasi nilai r adalah sebagai berikut:

4. Uji T

Tabel 4.7

Hasil uji t antara konten dakwah(X) terhadap Pemahaman keislaman (Y1)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.604	1.967		.307	.760
	TOTAL.X	.790	.044	.917	12.838	.000

a. Dependent Variable: TOTAL.Y1

Perumusan Hipotesis untuk variabel x dan y1 :

Ha : Konten dakwah berpengaruh secara signifikan terhadap pengetahuan keislaman.

H0 : konten dakwah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemahaman keislaman . Penetapan nilai t tabel untuk taraf signifikan 5% db = 116 (db = N-2 untuk N=118) yaitu 2,000 Hasil t hitung Hasil t hitung diperoleh dengan menggunakan SPSS yaitu sebesar 12.838. Pengambilan keputusan Jika t hitung lebih besar dari t tabel maka Ha diterima dan H0 ditolak. Dari hasil perhitungan t hitung sebesar 12.838 > t tabel yaitu 2,000 taraf signifikan 5%, maka Ha diterima dan H0 di tolak. Dari hasil pengujian hipotesis tersebut terbukti bahwa “Terdapat pengaruh konten dakwah terhadap pemahaman keislaman.”

Tabel 4.8
Hasil uji t antara konten dakwah(X) terhadap Minat menjadi konten kreator (Y2)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.242	2.228		.557	.579
	TOTAL.X	.576	.050	.829	11.479	.000

a. Dependent Variable: TOTAL.Y2

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Perumusan hipotesis dari variabel x dengan y2 :

Ha : Konten dakwah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat minat menjadi konten kreator.

H0 : konten dakwah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat minat menjadi konten kreator.. Penetapan nilai t tabel untuk taraf signifikan 5% db = 116 (db = N-2 untuk N =118) yaitu 2,000 Hasil t hitung Hasil t hitung diperoleh dengan menggunakan SPSS yaitu sebesar 11.479. Pengambilan keputusan Jika t hitung lebih besar dari t tabel maka Ha diterima dan H0 ditolak. Dari hasil perhitungan t hitung sebesar $11.479 > t$ tabel yaitu 2,000 taraf signifikan 5%, maka Ha diterima dan H0 ditolak. Dari hasil pengujian hipotesis tersebut terbukti bahwa “ terdapat pengaruh konten dakwah terhadap minat menjadi kreator dakwah.”

c. Hasil Uji F

Dasar pengambilan keputusan uji F yaitu dengan melihat drajat yang digunakan yaitu 0,05. Apabila F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F menurut

tabel maka hipotesis alternative, yang menyatakan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9

Hasil uji f variabel Konten dakwah (X1) terhadap Pemahaman Keislaman (Y1)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	369.107	1	369.107	318.183	.000 ^b
	Residual	69.603	116	1.160		
	Total	438.710	117			
a. Dependent Variable: TOTAL.Y1						
b. Predictors: (Constant), TOTAL.X						

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa konten dakwah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pemahaman keislaman.

Tabel 4.10
Hasil uji f variabel Konten dakwah (X1) minat menjadi creator dakwah(Y2)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	196.084	1	196.084	131.767	.000 ^b
	Residual	89.287	116	1.488		
	Total	285.371	117			
a. Dependent Variable: TOTAL.Y2						
b. Predictors: (Constant), TOTAL.X						

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa konten dakwah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi kreator dakwah.

5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dasar pengambilan keputusan uji koefisien determinasi (R²) yaitu, bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 (R² = 0), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila R² = 1, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh x. Dengan kata lain bila R² = 1 maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi

Tabel 4.11

**Hasil uji koefisien determinasi antara Konten Kreator (X1) Terhadap
Pemahaman keislaman (Y1)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 ^a	.467	.463	4.437
a. Predictors: TOTAL.X KE TOTAL.Y1				

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan hasil *Model Summary*, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,467 menunjukkan bahwa 46,7% variasi dalam pemahaman keislaman (Y1) dapat dijelaskan oleh konten dakwah TikTok Khadam Sidik (X). Nilai Adjusted R Square sebesar 0,463 memperkuat bahwa model ini cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Hal ini berarti bahwa konten dakwah yang disampaikan oleh Kadam Sidik melalui TikTok berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan pemahaman keislaman para audiensnya.

Selain itu, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,683 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara konten dakwah dan pemahaman keislaman. Dengan nilai *standard error* sebesar 4,437, model ini memiliki tingkat kesalahan yang relatif rendah dalam memprediksi variabel Y1. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa konten dakwah TikTok Khadam Sidik tidak hanya informatif, tetapi juga efektif dalam membentuk dan memperluas wawasan keislaman audiens.

Tabel 4.12
Hasil uji koefisien determinasi antara Konten Dakwah (X1) Terhadap Minat menjadi Konten Kreator (Y2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.469 ^a	.220	.207	4.481
a. Predictors: TOTAL.X KE TOTAL.Y2				

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Untuk variabel minat menjadi kreator dakwah (Y2), diperoleh nilai R Square sebesar 0,220 yang berarti bahwa 22% variasi dalam minat menjadi kreator dakwah dapat dijelaskan oleh konten dakwah TikTok Kadam Sidik. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,207 menunjukkan bahwa model ini cukup moderat dalam menjelaskan hubungan tersebut. Artinya, meskipun ada pengaruh yang signifikan, pengaruh konten terhadap minat menjadi kreator tidak sekuat pengaruhnya terhadap pemahaman keislaman.

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,469 mengindikasikan adanya hubungan yang sedang antara konten dakwah dan minat menjadi kreator dakwah. Meskipun demikian, nilai *standard error* yang relatif kecil (4,481) menunjukkan bahwa model ini masih dapat digunakan untuk memprediksi minat audiens dengan tingkat kesalahan yang wajar. Secara umum, dapat disimpulkan bahwa konten dakwah TikTok Khadam Sidik memberikan dorongan terhadap minat audiens untuk

ikut berdakwah melalui media sosial, meskipun faktor lain juga turut memengaruhi keputusan tersebut.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten dakwah TikTok Kadam Sidik memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pemahaman keislaman (Y1) pada mahasiswa KPI. Berdasarkan indikator komunikasi interpersonal, terutama aspek aksesibilitas yang mudah (item 1–10), mayoritas responden merasa bahwa konten Kadam Sidik mudah diakses dan mudah dipahami. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi interpersonal yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif membutuhkan kejelasan, keterjangkauan, dan hubungan personal antara komunikator dan komunikan.³ Hasil kuesioner menunjukkan bahwa rata-rata persentase tanggapan “setuju” dan “sangat setuju” mencapai lebih dari 80%, menunjukkan bahwa mahasiswa merasa terhubung secara personal dan kognitif dengan konten tersebut. Selain itu, pada aspek konten yang relevan (item 11–15), mahasiswa merasa bahwa isi dakwah mencerminkan realitas kehidupan mereka, yang mendukung efektivitas komunikasi dua arah sebagaimana dijelaskan oleh teori tersebut.

Dari sisi teori media richness, indikator kualitas konten (item 16–22) menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap video Kadam Sidik berkualitas dari segi visual, suara, dan gaya penyampaian. Ini sesuai dengan teori media yang menjelaskan bahwa kombinasi audio-visual meningkatkan pemahaman dan daya tarik pesan.⁴ Lebih dari 75% responden menyatakan setuju bahwa konten TikTok merupakan media yang efisien dan menyenangkan untuk belajar agama. Media

³ Kartini *et al*, Tinjauan kritis terhadap teori komunikasi interpersonal: implikasi terhadap hubungan social dalam era digital.,276

⁴ Daft, Richard L dan Robert H Lengel, *Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design*.,554-571

TikTok dengan durasi pendek, gaya bahasa kasual, serta visual yang atraktif sesuai dengan preferensi generasi Z dalam mengakses informasi secara cepat dan interaktif. Teori generasi Z mendukung bahwa pendekatan komunikasi digital yang interaktif dan personal lebih efektif untuk generasi yang terbiasa dengan kecepatan dan kecanggihan teknologi.⁵ Hal ini terlihat dari tingginya minat mahasiswa menggunakan TikTok sebagai sarana belajar Islam.

Pemahaman keislaman mahasiswa setelah mengakses konten juga dianalisis menggunakan teori difusi inovasi. Berdasarkan item 23–36, yang mencakup indikator peningkatan pengetahuan agama, perubahan perilaku, partisipasi dalam kegiatan keagamaan, dan kepatuhan terhadap ajaran Islam, ditemukan bahwa sebagian besar responden mengalami peningkatan pemahaman dan keterlibatan setelah menonton konten Kadam Sidik.⁶ Item 24 dan 25, misalnya, menunjukkan bahwa mahasiswa mendapatkan wawasan baru tentang Islam. Item 26, 29, dan 30 mengindikasikan perubahan dalam perilaku keagamaan, seperti lebih rutin ibadah dan bersikap lebih toleran. Sebagian besar responden juga menyatakan lebih patuh terhadap ajaran Islam setelah menonton konten tersebut (item 35–36). Teori difusi inovasi menjelaskan bahwa keunggulan relatif, kemudahan akses, dan nilai sosial dari inovasi memengaruhi tingkat adopsi, yang dalam konteks ini berarti meningkatnya pemahaman keislaman mahasiswa.

Hasil pengujian regresi linier sederhana terhadap variabel Y1 menghasilkan persamaan regresi $Y1 = 0,604 + 0,790X$. Nilai koefisien sebesar 0,790 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam intensitas menonton konten dakwah Kadam Sidik meningkatkan pemahaman keislaman sebesar 0,790 satuan. Nilai t hitung sebesar 17,838 jauh lebih besar dari t tabel 2,000 menunjukkan pengaruh yang signifikan. Nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) memperkuat

⁵ Adrians Pujiono, media social sebagai media pembelajaran bagi generasi z...,2

⁶ Mailin *et al*, Teori media/teori difusi inovasi...,160

hasil ini. Nilai R Square sebesar 0,467 dan Adjusted R Square sebesar 0,463 menunjukkan bahwa 46,7% variasi dalam pemahaman keislaman dijelaskan oleh variabel konten dakwah TikTok. Dengan koefisien korelasi 0,917, hubungan antara konten dakwah dan pemahaman keislaman dapat dikategorikan sangat kuat dan positif.

Sementara itu, hasil penelitian juga menunjukkan pengaruh konten dakwah TikTok Kadam Sidik terhadap minat menjadi konten kreator dakwah (Y2), namun dengan intensitas yang berbeda. Berdasarkan item 37–43, mahasiswa menyatakan adanya ketertarikan, perasaan senang, dan kesiapan untuk mencoba membuat konten dakwah setelah menonton video Kadam Sidik. Pada item 37 hingga 41, mayoritas responden mengungkapkan keinginan untuk meniru gaya berdakwah Kadam Sidik di TikTok. Mereka merasa konten tersebut tidak hanya menghibur, tetapi juga memotivasi untuk berkontribusi dalam dakwah digital. Hal ini sejalan dengan teori minat yang menyatakan bahwa minat dipengaruhi oleh rasa senang, dorongan dari dalam diri, dan kesiapan untuk bertindak.⁷

Namun demikian, hasil pengujian regresi terhadap variabel Y2 menunjukkan bahwa pengaruh konten dakwah terhadap minat menjadi kreator tidak sekuat terhadap pemahaman keislaman. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y2 = 1,242 + 0,576X$. Koefisien regresi 0,576 menunjukkan bahwa setiap peningkatan intensitas menonton konten dakwah meningkatkan minat menjadi kreator sebesar 0,576 satuan. Nilai t hitung sebesar 11,479 lebih besar dari t tabel (2,000) dan nilai signifikansi 0,000, membuktikan pengaruh yang signifikan. Namun, nilai R Square sebesar 0,220 dan Adjusted R Square sebesar 0,207 menunjukkan bahwa hanya 22% variasi dalam minat menjadi kreator yang dijelaskan oleh variabel konten dakwah TikTok.

⁷ M Rangga Septian Adi P, Minat mahasiswa KPI angkatan 2017 terhadap profesi *content creator*...,13-14

Meskipun nilai koefisien korelasi sebesar 0,829 menunjukkan hubungan yang kuat, hal ini mengindikasikan bahwa faktor lain di luar konten dakwah TikTok juga berperan besar dalam membentuk minat mahasiswa menjadi kreator dakwah. Faktor-faktor tersebut dapat berasal dari motivasi intrinsik seperti nilai religius, aspirasi pribadi, hingga kepercayaan diri. Di sisi lain, faktor ekstrinsik seperti dukungan dari dosen, komunitas dakwah, akses terhadap teknologi, dan pelatihan keterampilan konten turut memengaruhi kesiapan mahasiswa untuk terlibat dalam produksi dakwah digital.

Dengan demikian, meskipun konten dakwah Kadam Sidik efektif dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk menjadi kreator dakwah, efektivitas ini belum cukup kuat jika tidak didukung oleh ekosistem yang kondusif. Artinya, untuk mendorong lebih banyak mahasiswa KPI agar aktif dalam dakwah digital, diperlukan pendekatan yang lebih menyeluruh, termasuk pelatihan teknis, mentoring, dan pembentukan komunitas. Konten yang inspiratif memang bisa menjadi pemicu awal, namun peran institusi dan lingkungan sosial sangat krusial untuk mengubah minat menjadi aksi nyata.

Secara keseluruhan, perbedaan antara pengaruh konten dakwah terhadap pemahaman keislaman dan minat menjadi kreator dakwah terletak pada besarnya kontribusi variabel bebas terhadap masing-masing variabel terikat. Pengaruh terhadap pemahaman keislaman lebih kuat dan menjangkau aspek kognitif serta afektif mahasiswa. Sementara itu, pengaruh terhadap minat menjadi kreator dakwah masih memerlukan intervensi tambahan agar bisa menumbuhkan aksi konkret dan partisipasi aktif dalam dakwah digital.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pasca mengakses konten dakwah TikTok yang disampaikan oleh Kadam Sidik, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN

Datokarama Palu mengalami peningkatan dalam pemahaman keislaman dan mulai menunjukkan minat yang nyata untuk terlibat dalam aktivitas dakwah digital. Konten dakwah yang dikemas secara menarik, dengan gaya bahasa yang ringan serta pendekatan yang sesuai dengan karakteristik generasi muda, membuat pesan-pesan keislaman yang disampaikan oleh Kadam Sidik mudah diterima dan dipahami. Materi yang disampaikan menyentuh aspek akhlak, ibadah, serta isu sosial keagamaan yang relevan dengan kehidupan mahasiswa, sehingga menumbuhkan kesadaran spiritual dan memperkuat nilai-nilai keislaman dalam diri mereka.

Selain memperkuat pemahaman, mahasiswa juga terdorong untuk ikut berdakwah melalui media sosial. Ketertarikan ini lahir karena mereka merasa lebih dekat dengan dunia dakwah digital, melihat bahwa dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar atau forum formal, melainkan bisa disampaikan secara kreatif melalui platform seperti TikTok. Sosok Kadam Sidik menjadi figur yang menginspirasi dan memberikan gambaran nyata tentang bagaimana dakwah bisa dilakukan dengan pendekatan yang komunikatif dan kontekstual.

Dampak lainnya adalah meningkatnya kesadaran mahasiswa dalam menggunakan media sosial secara lebih bijak. Mereka mulai memilah konten yang diakses dan cenderung menghindari hal-hal yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Konten dakwah yang sebelumnya hanya dikonsumsi sebagai tontonan, kini menjadi pemantik untuk bertindak, menciptakan konten serupa, atau sekadar menyebarkan ulang pesan-pesan positif yang telah mereka terima. Dengan demikian, konten dakwah TikTok, khususnya dari Kadam Sidik, tidak hanya memberikan nilai edukatif tetapi juga membentuk karakter keislaman dan semangat berdakwah pada mahasiswa KPI UIN Datokarama Palu.

Adapun konten pada akun kadam sidik yang paling di sukai mahasiswa KPI adalah yang menjawab isu kekinian dan relevan dengan kehidupan mereka. Misalnya, video ‘Pertanyaan kontemporer seputar Ramadhan’ di mana Kadam Sidik menjelaskan fenomena modern selama Ramadhan dianggap sangat aplikatif. Konten seperti ‘Siapa tau ada yang makin panas’ juga populer karena gaya penyampaian yang ringkas namun sarat pesan. Selain itu, video seperti ‘Desakralisasi gus...’ memberikan wawasan kritis terhadap fenomena keagamaan. Video berdurasi pendek tentang kesiapan menikah memberikan panduan hidup praktis, sedangkan interaksi lewat jawaban bijak di kolom komentar membuat mahasiswa merasa didengar dan dibimbing secara personal. Keseluruhannya, konten-konten ini memenuhi tiga kriteria utama: relevansi, penyampaian menarik, dan interaksi personal, yang sangat diminati generasi Z di lingkungan kampus.

Commented [AM1]:

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konten dakwah TikTok yang disampaikan oleh Kadam Sidik memberikan pengaruh yang signifikan terhadap dua variabel utama, yaitu pemahaman keislaman dan minat menjadi kreator dakwah pada mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Datokarama Palu. Pada variabel pemahaman keislaman, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,790 dan nilai R Square sebesar 0,467, yang menunjukkan bahwa sebesar 46,7% variasi dalam pemahaman keislaman mahasiswa dapat dijelaskan oleh keberadaan dan intensitas konsumsi konten dakwah tersebut. Sementara itu, untuk variabel minat menjadi kreator dakwah, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,576 dan R Square sebesar 0,220, yang berarti bahwa 22% variasi dalam minat menjadi kreator dakwah dipengaruhi oleh konten dakwah TikTok Kadam Sidik. Dengan demikian, konten dakwah yang dikemas secara digital melalui media sosial tidak hanya memberikan dampak kognitif terhadap pemahaman, tetapi juga mendorong sikap dan niat untuk berpartisipasi aktif dalam aktivitas dakwah digital.

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkuat teori komunikasi dakwah dan karakteristik generasi Z dalam konteks dakwah digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah yang disampaikan melalui media sosial seperti TikTok tidak hanya berhasil menyampaikan pesan-pesan keislaman secara efektif, tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Ini mendukung pandangan bahwa pendekatan dakwah harus menyesuaikan diri dengan perkembangan

teknologi dan karakteristik audiens yang cenderung visual, cepat, dan interaktif. Secara teoritis, penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman tentang peran media sosial sebagai medium utama dalam internalisasi nilai-nilai keislaman dan motivasi untuk berdakwah di kalangan generasi digital.

2. Implikasi Praktis

a. Bagi orang tua

Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi orang tua tentang bagaimana konten di media sosial, khususnya TikTok, dapat memengaruhi pemahaman dan perilaku keagamaan anak-anak mereka. Orang tua diharapkan lebih terbuka dalam memahami bahwa media digital bisa menjadi sarana edukasi agama yang efektif, asalkan dikontrol dan diarahkan dengan baik. Mereka dapat mendampingi anak dalam memilih dan mendiskusikan konten dakwah yang inspiratif dan mendidik.

b. Bagi para pendidik

hasil penelitian ini menjadi dasar untuk merancang metode pembelajaran agama yang lebih kontekstual dan sesuai dengan karakteristik generasi Z. Pendidik dapat mengintegrasikan media sosial sebagai bagian dari pembelajaran aktif, baik dalam menyampaikan materi maupun dalam menstimulasi siswa untuk membuat konten dakwah mereka sendiri. Pendekatan ini akan meningkatkan relevansi pembelajaran agama di era digital.

c. Bagi para pemberi kebijakan

Temuan penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi dan program pembinaan dakwah digital. Pemerintah, khususnya di bidang pendidikan dan keagamaan, dapat memberikan pelatihan atau insentif kepada generasi muda untuk memproduksi konten dakwah yang edukatif, moderat, dan menarik. Selain itu, perlu ada kebijakan yang

mendukung literasi digital keagamaan agar masyarakat dapat menyaring dan memanfaatkan konten secara bijak.

d. Bagi institusi kampus,

khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, hasil penelitian ini menjadi landasan untuk mengembangkan kurikulum dan kegiatan praktikum yang relevan dengan tren dakwah digital. Kampus dapat mendorong mahasiswa untuk aktif dalam menciptakan konten keislaman berbasis media sosial sebagai bagian dari tugas akademik dan pengabdian masyarakat. Selain itu, kampus juga dapat menyediakan fasilitas produksi digital serta pelatihan kreatif untuk mendukung kemampuan teknis mahasiswa dalam berdakwah secara modern dan efektif.

KEPUSTAKAAN

- AB, Syamsuddin. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Edisi 1. Jakarta: Kencana, 2016.
- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang.” *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (2020): 135–48. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>.
- Agus, Arif, Mujahidin Aisyah, and Luthfi Hasanah. “URGENSI MEDIA AUDIO VISUAL DALAM PEMBELAJARAN PAI PADA MASA PANDEMI COVID-19 A . Pendahuluan Wabah Covid-19 Adalah Sebuah Bencana Yang Memiliki Dampak Yang Amat Buruk Terhadap Manusia Dimuka Bumi , Dimana Musibah Ini Sudah Berlangsung Kurang Lebih Satu Ta.” *Misykat* 06, no. 2 (2021): 183–96. <https://www.academia.edu/download/93710701/94.pdf>
- Ahmad Zaini. “Dakwah Melalui Televisi.” *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2015): 3 <http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1642>
- Alias. “Metode Dakwah Menurut Al-Quran.” *Wardah* vol.12, no. 2 (2015): 143–51 <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/warda/article/view/234>
- Amalia, Rezha Nur, Ragil Setia Dianingati, and Eva Annisaa’. “Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi.” *Generics: Journal of Research in Pharmacy* 2, no. 1 (2022): 10. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>.
- Anggit Pamungkas, Umi Halwati. “Tantangan Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru.” *ARKANA, Jurnal Komunikasi Dan Media* 02 (2023): 146–58. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana>.
- Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Armin, Amalia, Rizka. “Tantangan Ilmu-Ilmu Keislaman Di Tengah Perkembangan Ilmu Pengetahuan Modern.” *Jurnal Commercium* 2, no. 1 (2019): 3 <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/jurnalcommercium/article/view/1197>
- Aulia, Nahdatul. “Strategi Dakwah Kadam Sidik Melalui Media Tiktok,” 2019. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PE_MBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Azhari, Ashri, Lilis Karwati, and Nastiti Novitasari. “Partisipasi Organisasi Pemuda Masjid Dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan.” *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, no. 1 (2021): 69–74. <https://jurnal.fkip.unmul.ac.id/index.php/ls/article/download/683/606>.
- BOB ANDRIAN. “Komunikasi Dakwah Dalam Tinjauan Sosiologi Komunikasi.” *Komunikasi Dakwah Dalam Tinjauan Sosiologi* 18, no. 2 (2020): 211–24 <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2642>
- Deriyanto, Demmy, Fathul Qorib, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana, and Tunggadewi Malang. “Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi

- Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok.” *Jisip* 7, no. 2 (2018): 77.
www.publikasi.unitri.ac.id.
<https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1432>
- Dian Nur Utami. “Metode Dakwah Husain Basyaiban Melalui Tiktok.” Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.
- Dini Dwi Cahyani. “Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Interaksi Sosial.” Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.
- Dokumen Internal Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Sejarah dan Visi Misi Jurusan KPI*. Palu: UIN Datokarama Palu, 2023.
- Hartinah, Sri, Said Bambang Nurcahya, Sri Hartinah, and Said Bambang Nurcahya. “PERANAN MAHASISWA DALAM BELA NEGARA Pengertian Bela Negara Di Indonesia.” *Jurnal Sosio Dan Humaniora* 1, no. 1 (2022): 45–54
<http://jurnal.politeknikpajajaran.ac.id/index.php/soma/article/view/37>
- Hasan, Hajar. “Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri.” *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)* 2, no. 1 (2022): 23–29. <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32>.
- Hasibuan, Panarengan, Rezki Azmi, Dimas Bagus Arjuna, and Sri Ulfa Rahayu. “Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method.” *ABDIMAS: Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2023): 8–15.
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.
- Hendra, Tomi, and Siti Saputri. “Tomi Hendra, Siti Saputri-Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial.” *Jurnal Al-Hikmah* 7, no. 1 (2020): 51.
<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah>.
- Ica Faizah. “Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur’an Dan Hadits.” *Holistic* 6 (2020)
<https://osf.io/preprints/qb6gh/>
- Ihza, Muhammad Mahbub, Jumadi Jumadi, and Adrie Satrio. “Analisis Dampak Media Sosial Tiktok Terhadap Pendidikan Karakter Di Era Teknologi 4.0.” *J-Instech* 5, no. 2 (2024): 105. <https://doi.org/10.20527/j-instech.v5i2.12034>.
- Ismah Faturohmi, and Chairawaty. “Pesan Dakwah Dalam Akun @Basyasman00.” *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2022, 24–30.
<https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.861>.
- Jurnal, Maqamat, and Volume Nomor. “Dakwah Dalam Pendekatan Filsafat Komunikasi” 2 (2024): 40–50
<https://ejournal.kalamnusantara.org/index.php/maqamat/article/view/147>
- Kasim, Syahid, Universitas Nahdlatul, and Ulama Sulawesi. “EFEKTIVITAS KONTEN DAKWAH PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU MAHASISWA DI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA” 2, no. 2 (2024): 153–59.

- Kholiq, Abd., and Shofiyah Shofiyah. "Implementasi Al-Hikmah Dalam Metode Dakwah Di Surah An-Nahl Ayat 125." *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2022): 164–72. <https://doi.org/10.58518/alamtara.v6i2.1155>.
- Lasmini, Fathurrohman Husen, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. "Pendayagunaan Teknologi Informasi Dalam Dakwah Untuk Anak-Anak Tantangan Dan Peluang Di Era Digital." *Inovasi Pendidikan* 4 (2023) <http://www.almishbahjurnal.com/index.php/al-mishbah/article/view/362>
- Latief, Muh Nur. "Dakwah Dalam Perspektif Media Sosial." *Jurnal Jurnalisa* 4, no. 1 (2019): 61–75. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v4i1.5621>.
- Mahmuda, Mardan. "Dakwah Dan Pemberdayaan." *Al-Hikmah* 7, no. 1 (2020): 9–20. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah>.
- Maria Delsiana Adur, Wahyu Wiyani dan Manajemen. "Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Rokok." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 5, no. 2 (2018): 208. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/2664>.
- Marina Waruwu. "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)." *Pendidikan Tambusai* 7 (2023). <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/6187>.
- Mere, Klemens, Dewi Puspitasari, Muhammad Asir, Betty Rahayu, and M. Imron Mas'ud. "Peran Konten Interaktif Dalam Membangun Keterlibatan Konsumen Dan Memperkuat Kesetiaan Merek: Tinjauan Pada Platform Media Sosial Dan Situs Web Perusahaan." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 3 (2024): 5455–5556. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9361>.
- Muhammad Jusmansyah. "Analisis Pengaruh Current Rasio, Debt To Equity Rasio, Total Assent Turn Over, Dan Retur Non Equaty." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 9, no. 2 (2020): 185.
- Mujahadah, Siti. "Metode Dakwah Untuk Generasi... (Siti Mujahadah) METODE DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL." *Jurnal Tabligh Volume* 21, no. 2 (2020): 201–14. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/13875>
- Nafiah, Tsalits Maratun, Hazmi Ihkamuddin, and Luluk Fikri Zuhriyah. "Platform Tik Tok Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Remaja Milenial (Studi Analisis Konten Dakwah Akun @Bayasman00 Milik Husain Basyaiban)." *Hikmah* 16, no. 2 (2023): 179–98. <https://doi.org/10.24952/hik.v16i2.6609>.
- Nasution, Awal Kurnia Putra. "Integrasi Media Sosial Dalam Pembelajaran Generasi Z." *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan* 13, no. 1 (2020): 80–86. <https://doi.org/10.24036/tip.v13i1.277>.
- Nasution, Hamni Fadlilah. "Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif." *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 4, no. 1 (2016): 63–64 <http://repo.uinsyahada.ac.id/326/1/416-1276-1-PB.pdf>
- Nikmatur Ridha. "Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian." *Hikmah* 14, no. 1 (2017): 66. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>.
- Nora Usrina. "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman

Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah." Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021.

- Norazam Nordin, Muhd, Mohamad Zulkifli Abdul Ghani, Fatimah Nadirah Mohd Noor, and Azmi Budin. "Sumbangan Syeikh Mohamed Idris Almarbawi Dalam Dakwah Islamiyyah Di Malaysia." *Jurnal Maw"izah Maw"izah"s Journal Jilid 1* (2018): 15–26 <https://unimel.edu.my/journal/index.php/JMAW/article/view/223>
- Nur Hadiah. "Peran Tiktok Sebgaia Konten Islami Dalam Memberikan Pemahaman Keislaman Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 IAIN Parepare." Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Negeri Parepare, 2022.
- Nur Indah Sari. "Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi Tiktok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z Di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap." Program Studi Manajemen Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2023.
- Nurdin Abd Halim. "Penggunaan Media Internet Di Kalangan Remaja Untuk Mengembangkan Pemahaman Keislaman." *Risalah 26* (2015) <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/view/1270>
- Nurfitriya, Syintia, and Arzam Arzam. "Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media." *An-Nida'* 46, no. 1 (2022): 88. <https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i1.19245>.
- Parhan, Muhamad, Yuni Rahmawati, Imelda Rara Rahmawati, Hasna Aisyah Rastiadi, and Maysaroh Maysaroh. "Analisis Metode Dan Konten Dakwah Yang Diminati Pada Remaja." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 22, no. 1 (2022): 65–75. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.16633>.
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, Widiatry Widiatry, Ressa Priskila, and Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra. "Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online." *Jurnal Sains Dan Informatika* 5, no. 2 (2019): 128–37. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>.
- Pujiono, Andrias. "Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z." *Didache: Journal of Christian Education* 2, no. 1 (2021): 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>.
- Risa Nur Fauzi. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi* 9, no. 1 (2020): 37–46 <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/15368>
- Riska Marini. "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah." Program Studi Pendidikan Agama Islam, UniversitasIslam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.
- Rohman, Dudung Abdul. "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial." *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan* 13, no. 2 (2019): 121–33. <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>.
- Saidati Ismaha Rifda. "Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah," 2020.
- Salim Syahid Anshori. "Penggunaan Tiktok Sebagai Media Komunikasi Dakwah (Study

- Netnografi Pada Akun @kadamsidik00)." Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023.
- Serli, R. "Tiktok Dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus Perilaku Pengguna Tiktok Di Kota Palopo)." Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) palopo, 2021. [http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4113/1/Serli. R %281701010023%29.pdf](http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4113/1/Serli_R%281701010023%29.pdf).
- Setianawati, Lilis. "Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Remaja Terhadap Adab Dan Perilaku Kepada Orang Tua." *Jurnal Pendidikan: SEROJA* 2, no. 3 (2023): 175–81. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/seroja>.
- Setiyawan, Hery. "Pemanfaatan Media Audio Visual Dan Media Gambar Pada Siswa Kelas V." *Jurnal Prakarsa Paedagogia* 3, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.24176/jpp.v3i2.5874>.
- Shafa Tasya Kamilah, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, and Meity Suryandari. "Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja." *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 50–62. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.148>.
- Sidik Priadana dan Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books, Cet 1, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cet 23, 2016.
- Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, 2014.
- Suharyadi dan Purwoto. *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*. Jakarta: Cet.1, 2008.
- Suprianto, Edy. "Implementasi Media Audio Visual Untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Eksplanasi." *Trapsila: Jurnal Pendidikan Dasar* 1, no. 02 (2020): 22. <https://doi.org/10.30742/tpd.v1i02.810>.
- Suprihatin, Ira. "Perubahan Perilaku Bergotong Royong Masyarakat Sekitar Perusahaan Tambang Batubara Di Desa Mulawarman Kecamatan Tenggara Seberang." *Ejournal Sosiatri* 1, no. 3 (2014): 63–77. <https://ejournal.sos.fisip-unmul.ac.id/site/?p=625>.
- Tahir, Hijaz, and Muhammadiyah Sidenreng Rappang. "Urgensi Da'wah Kultural Muhammadiyah Ditengah Masyarakat Berbudaya 1) 2)" 10 (n.d.): 114–19.
- Trianggana, Dimas Aulia. "A Peramalan Jumlah Siswa-Siswi Melalui Pendekatan Metode Regresi Linear." *Jurnal Media Infotama* 16, no. 2 (2020): 115–20. <https://doi.org/10.37676/jmi.v16i2.1149>.
- Usmadi, Usmadi. "Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas)." *Inovasi Pendidikan* 7, no. 1 (2020): 50–62. <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>.

Yam, Jim Hoy, and Ruhiyat Taufik. "Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi" 3, no. 2 (2021): 96–102
<https://ejournal.unis.ac.id/index.php/perspektif/article/view/1540>

Yusawinur Barella, Syarifuddin Ondeng, Saprin. "PERANAN MAJELIS TAKLIM DAN LEMBAGA DAKWAH DALAM PENGEMBANGAN PENDIDIKAN ISLAM: SEBUAH ANALISIS FUNGSIONAL Abstrak." *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 7, no. 2 (2024): 4868–76.
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>.

LAMPIRAN 1 : Kuesioner / Angket Penelitian Sebelum Validasi Angket Pedoman Instrumen Konten Dakwah Tiktok Kadam Sidik Terhadap Pemahaman Keislaman dan Minat Menjadi Kreator Dakwah

Keterangan

Petunjuk Pengisian Angket

- a. Isilah identitas kamu di tempat yang telah disediakan
- b. Angket ini hanyalah untuk kepentingan ilmiah dan tidak akan mempengaruhi nilai-nilai sosial, oleh karena itu tidak perlu ragu dan takut dalam mengisi angket ini, jawablah sejujur-jujurnya dan sebenar-benarnya sesuai dengan pendapatmu maupun yang kamu alami
- c. bacalah setiap pernyataan dengan cermat
- d. Pilihlah salah satu jawaban pertanyaan di bawah ini dengan membuat tanda centang di salah satu pilihan di bawah ini sebagai berikut:
 1. Sangat Setuju (SS)
 2. Setuju (S)
 3. Netral (N)
 4. Tidak Setuju (TS)
 5. Sangat Tidak Setuju (STS)

Tabel Instrumen Konten Dakwah

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Apakah anda sering menonton konten dakwah dari akun Tiktok Kadam Sidik					
2	Konten Tiktok Kadam Sidik membuat saya merasa lebih dekat dengan nilai-nilai keislaman					
3	Saya sering berdiskusi dengan teman tentang isi Tiktok Kadam Sidik setelah menonton kontennya					
4	Penyampaian Kadam Sidik di Tiktok terasa seperti berbicara langsung kepada saya.					
5	Saya merasa terinspirasi untuk mencari tahu lebih banyak tentang Islam setelah menonton kontennya.					
6	Saya merasa nyaman membagikan pendapat saya tentang konten tersebut kepada orang lain					
7	Saya merasa terinspirasi untuk mencari tahu lebih banyak tentang Islam setelah menonton kontennya.					
8	Konten TikTok Kadam Sidik membantu saya memahami ajaran Islam dengan lebih personal.					

9	Saya sering mendapatkan umpan balik dari teman setelah membahas konten TikTok Kadam Sidik.					
10	Interaksi Kadam Sidik dengan audiens di TikTok meningkatkan minat saya pada pengetahuan keislaman.					
11	Saya merasa konten tersebut membuka ruang dialog dalam diri saya tentang keislaman.					
12	Pesan keislaman dari Kadam Sidik terasa relevan dengan kehidupan sehari-hari saya.					
13	Saya merasa terhubung secara emosional dengan konten TikTok Kadam Sidik.					
14	Konten tersebut mendorong saya untuk bertanya lebih jauh tentang Islam kepada orang lain.					
15	Saya merasa berkomunikasi Kadam Sidik di TikTok sesuai dengan cara saya menerima informasi.					
16	Saya memilih TikTok sebagai sumber belajar Islam karena lebih menghibur dibandingkan media lain.					
17	Saya merasa konten TikTok Kadam Sidik meningkatkan rasa percaya diri saya dalam berbicara tentang Islam					
18	Saya merasa gaya penyampaian Kadam Sidik membuat topik keislaman menjadi lebih mudah dipahami					
19	Saya pertama kali mengetahui konten TikTok Kadam Sidik dari teman atau keluarga.					
20	Konten TikTok Kadam Sidik menawarkan cara baru untuk mempelajari ajaran Islam.					
21	Saya mulai tertarik pada konten tersebut karena banyak orang yang suka.					
22	Saya merasa konten TikTok Kadam Sidik lebih menarik dibandingkan sumber belajar Islam tradisional.					
23	Saya mencoba memahami pesan keislaman dari konten tersebut karena penasaran dengan pendekatannya.					
24	Saya mulai rutin menonton konten TikTok Kadam Sidik setelah melihat manfaatnya bagi pengetahuan saya.					
25	Konten tersebut membantu saya menerima informasi keislaman dengan lebih cepat dibandingkan metode lain.					

26	Saya merasa yakin untuk mengadopsi cara belajar Islam melalui TikTok setelah menonton Kadam Sidik.					
27	Saya membagikan konten TikTok Khadam Sidik kepada teman karena saya merasa itu bermanfaat.					
28	Saya merasa konten tersebut sesuai dengan kebutuhan saya sebagai pelajar untuk belajar Islam.					
29	Saya melihat konten TikTok Khadam Sidik sebagai inovasi yang memperkaya wawasan keislaman saya.					
30	Saya merasa terdorong untuk mengikuti tren belajar Islam melalui TikTok setelah melihat konten tersebut.					
31	Saya rutin mengikuti kegiatan keagamaan seperti pengajian, salat berjamaah, atau kajian Islam di lingkungan tempat tinggal atau kampus.					
32	Saya aktif terlibat sebagai peserta atau panitia dalam acara keagamaan seperti peringatan hari besar Islam, pesantren kilat, atau dakwah publik.					
33	Saya berinisiatif mengajak teman atau keluarga untuk ikut serta dalam kegiatan keagamaan.					
34	Saya berusaha menjalankan salat lima waktu secara konsisten setiap hari.					
35	Saya menjauhi perbuatan yang dilarang dalam ajaran Islam, seperti berbohong atau bergosip.					
36	Saya memahami perbedaan antara rukun iman dan rukun Islam.					
37	Saya merasa sangat senang dan tertarik untuk menjadi kreator dakwah					
38	Saya berusaha menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, seperti bersikap jujur, adil, dan menghormati orang lain.					
39	Motivasi saya untuk menjadi kreator dakwah sangat tinggi.					
40	Saya ulet dan gigih dalam menghadapi kesulitan yang muncul saat menjadi kreator dakwah.					
41	Saya tidak mudah melepas kegiatan menjadi kreator dakwah meskipun ada tantangan.					
42	Saya merasa bahwa menjadi kreator dakwah membantu saya fokus dan meningkatkan kemampuan saya.					
43	Saya memiliki keingintahuan yang besar terhadap berbagai aspek dakwah dan kreativitas.					

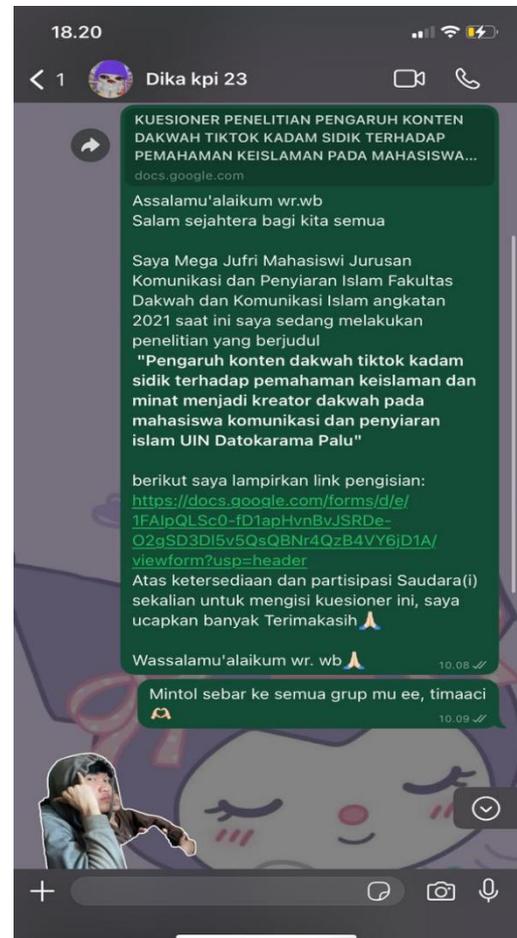
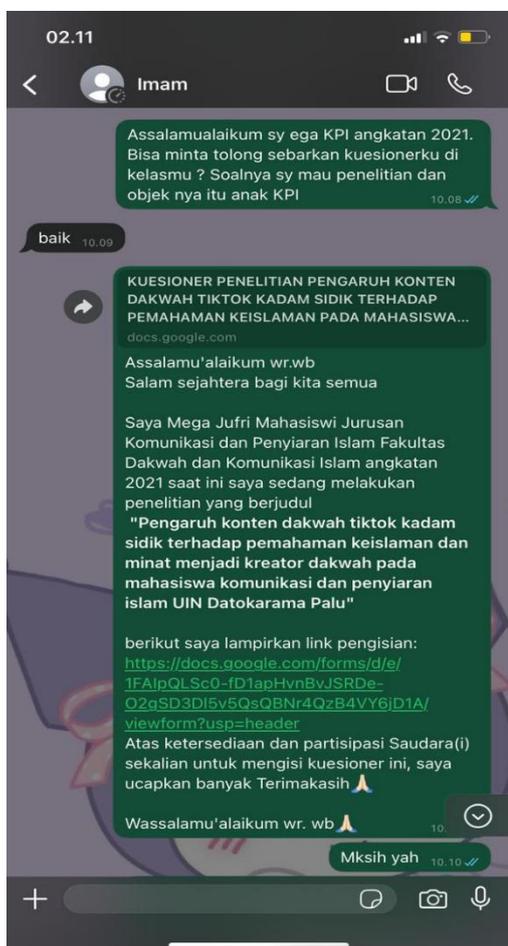
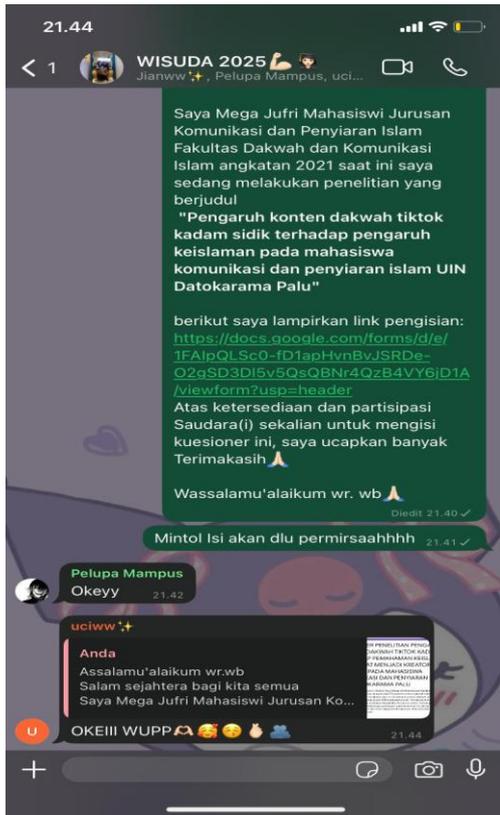
LAMPIRAN 2 : Kuesioner /Angket Penelitian Setelah Validasi

Tabel Instrumen Konten Dakwah Tiktok Kadam Sidik Terhadap Pemahaman Keislaman dan Minat Menjadi Kreator Dakwah

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Seberapa sering anda menonton konten dakwah dari akun Tiktok Kadam Sidik					
2	Saya sering berdiskusi dengan teman tentang isi Tiktok Kadam Sidik setelah menonton kontennya					
3	Penyampaian Kadam Sidik di Tiktok terasa seperti berbicara langsung kepada saya.					
4	Saya merasa terinspirasi untuk mencari tahu lebih banyak tentang Islam setelah menonton kontennya.					
5	Gaya komunikasi Kadam Sidik di TikTok membuat saya percaya pada pesan yang disampaikan.					
6	Interaksi Kadam Sidik dengan audiens di TikTok meningkatkan minat saya pada pengetahuan keislaman.					
7	Saya merasa konten tersebut membuka ruang dialog dalam diri saya tentang keislaman.					
8	Pesan keislaman dari Kadam Sidik terasa relevan dengan kehidupan sehari-hari saya.					
9	Saya merasa terhubung secara emosional dengan konten TikTok Kadam Sidik.					
10	Saya memilih TikTok sebagai sumber belajar Islam karena lebih menghibur dibandingkan media lain.					
11	Saya merasa konten TikTok Kadam Sidik meningkatkan rasa percaya diri saya dalam berbicara tentang Islam					
12	Saya merasa gaya penyampaian Kadam Sidik membuat topik keislaman menjadi lebih mudah dipahami					
13	Konten TikTok Kadam Sidik menawarkan cara baru untuk mempelajari ajaran Islam.					
14	Saya mulai tertarik pada konten tersebut karena banyak orang yang marah.					
15	Saya merasa konten TikTok Kadam Sidik lebih menarik dibandingkan sumber belajar Islam tradisional.					

16	Saya mulai rutin menonton konten TikTok Khadam Sidik setelah melihat manfaatnya bagi pengetahuan saya.					
17	Konten tersebut membantu saya menerima informasi keislaman dengan lebih cepat dibandingkan metode lain.					
18	Saya merasa yakin untuk mengadopsi cara belajar Islam melalui TikTok setelah menonton Kadam Sidik.					
19	Saya melihat konten TikTok Khadam Sidik sebagai inovasi yang memperkaya wawasan keislaman saya.					
20	Saya merasa terdorong untuk mengikuti tren belajar Islam melalui TikTok setelah melihat konten tersebut					
21	Saya aktif terlibat sebagai peserta atau panitia dalam acara keagamaan seperti peringatan hari besar Islam, pesantren kilat, atau dakwah publik					
22	Saya menjauhi perbuatan yang dilarang dalam ajaran Islam, seperti berbohong atau bergosip.					
23	Saya berusaha menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, seperti bersikap jujur, adil, dan menghormati orang lain.					
24	Saya merasa sangat senang dan tertarik untuk menjadi kreator dakwah.					
25	Motivasi saya untuk menjadi kreator dakwah sangat tinggi.					
26	Saya ulet dan gigih dalam menghadapi kesulitan yang muncul saat menjadi kreator dakwah.					
27	Saya tidak mudah melepas kegiatan menjadi kreator dakwah meskipun ada tantangan.					
28	Saya merasa bahwa menjadi kreator dakwah membantu saya fokus dan meningkatkan kemampuan saya.					

LAMPIRAN 3 : PEMBAGIAN KUESIONER SEBELUM TURUN PENELITIAN



Lampiran 4 : Tabulasi Angket Sebelum Validasi

1. Tabulasi Instrumen Konten Dakwah Tiktok

NO RESPONDEN	NILAI JAWABAN RESPONDEN																				TOTAL X
1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
2	5	4	2	5	4	5	4	3	2	4	4	3	1	3	5	4	5	4	5	4	76
3	5	5	2	4	4	4	4	5	4	5	4	3	2	5	3	4	4	3	4	3	77
4	5	4	2	4	3	4	1	3	2	3	3	3	1	2	3	5	3	5	4	5	65
5	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	71
6	4	5	1	2	4	4	5	4	2	3	4	5	1	5	4	5	3	5	5	4	75
7	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
8	5	4	3	5	3	5	2	4	1	3	5	5	2	3	4	3	4	5	4	2	72
9	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	55
10	4	5	3	5	5	4	2	4	3	3	4	5	3	5	2	4	5	4	5	5	80
11	5	4	2	3	4	4	3	4	1	4	4	4	3	4	4	2	3	3	2	4	67
12	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	77
13	4	4	3	2	3	4	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	4	66
14	5	3	2	3	3	5	4	5	4	4	3	5	3	5	3	4	3	5	3	3	75
15	4	5	3	4	5	2	5	3	5	4	5	3	1	3	5	3	2	3	5	4	74
16	3	5	4	5	3	5	4	3	5	3	5	4	5	3	5	3	5	4	5	4	83
17	3	5	1	5	4	3	5	3	5	4	2	4	3	5	3	4	5	3	5	3	75
18	3	4	2	3	3	4	4	5	3	4	3	4	2	4	2	3	2	4	1	4	64
19	4	3	5	3	5	5	4	3	4	5	4	3	4	3	2	4	5	4	3	5	78
20	4	5	3	5	3	1	2	3	5	2	5	3	5	2	4	3	5	4	5	3	72
21	4	5	3	2	4	5	3	5	3	4	3	5	1	4	4	3	5	4	2	5	74
22	4	3	5	3	5	2	5	4	3	5	2	4	5	3	5	4	4	5	3	5	79
23	3	3	5	4	2	5	4	3	3	5	3	5	3	5	3	2	5	4	3	5	75
24	4	5	3	5	4	2	5	1	4	5	3	5	4	4	5	3	4	3	5	3	77
25	3	5	3	4	5	4	3	5	2	5	5	4	4	3	3	5	4	5	5	4	81
26	2	4	3	2	5	1	4	3	5	2	4	5	3	4	5	4	5	2	5	4	72
27	4	5	3	5	4	5	3	3	1	5	4	5	3	3	3	4	4	5	5	4	79
28	4	3	5	2	4	5	3	4	5	4	3	5	4	5	3	5	4	4	3	3	78
29	3	5	4	3	5	3	5	3	3	4	5	5	4	4	5	3	3	5	4	5	81
30	3	5	2	3	2	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	5	5	4	4	76
31	2	3	4	5	4	5	3	5	5	4	4	5	3	2	4	3	4	3	5	5	78

2. Tabulasi Instrumen Pemahaman Keislaman

NO RESPONDEN	NILAI JAWABAN RESPONDEN																		TOTAL Y	
1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
2	2	4	1	5	3	5	4	5	3	5	3	5	3	3	5	3	5	5	5	69
3	3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	4	5	4	3	2	4	5	3	3	61
4	2	4	2	5	3	4	3	5	3	5	4	2	4	5	5	4	5	3	3	68
5	2	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	58
6	2	5	4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	3	5	4	4	75
7	5	5	1	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	80
8	5	4	2	4	5	3	4	3	5	3	4	5	3	5	4	3	5	3	3	70
9	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	51
10	4	5	3	4	5	2	4	4	5	3	4	5	4	3	5	2	5	4	4	71
11	1	2	2	3	4	3	3	3	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	58
12	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
13	3	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	3	68
14	3	4	3	4	2	3	4	2	3	4	4	2	3	2	4	5	3	2	3	57
15	5	3	2	3	2	5	4	3	5	3	3	2	1	3	5	3	5	5	5	62
16	4	5	3	5	4	5	4	5	4	3	5	4	3	5	3	5	2	5	5	74
17	4	3	5	4	5	3	5	4	2	4	5	3	5	3	5	4	4	4	3	71
18	5	4	2	1	4	3	2	3	4	4	2	3	4	3	2	4	4	4	2	56
19	4	5	3	5	4	3	5	4	5	3	4	5	5	4	3	5	4	5	5	76
20	4	5	3	4	5	3	5	3	5	2	3	5	4	3	5	4	3	5	5	71
21	4	5	3	5	1	4	5	3	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	3	72
22	5	4	5	3	5	4	5	3	5	3	4	5	4	5	3	5	4	4	4	76
23	4	3	5	4	3	5	5	4	5	3	3	5	4	4	3	5	4	5	5	74
24	4	5	3	5	5	3	4	5	4	2	5	4	3	5	5	4	3	4	5	73
25	3	4	3	5	3	4	5	3	5	4	3	5	4	3	5	3	4	5	3	71
26	3	5	4	4	5	5	3	3	5	5	4	3	4	5	4	5	3	5	5	75
27	3	5	4	3	3	5	5	4	4	3	3	2	4	5	5	4	3	4	4	69
28	4	5	3	5	4	3	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	74
29	4	3	2	3	1	5	4	4	5	3	2	4	5	4	5	3	3	5	5	65
30	4	5	4	4	3	3	5	5	4	4	2	1	4	5	3	2	5	4	4	67
31	4	5	2	3	4	4	5	3	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	72

Lampiran 5 : Uji Validitas Variabel Konten Dakwah (X) Sebelum Penelitian

Variabel Konten Dakwah Tiktok (X)	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	0,085	0,355	Tidak Valid
2	0,357	0,355	Valid
3	0,441	0,355	Valid
4	0,372	0,355	Valid
5	0,462	0,355	Valid
6	0,242	0,355	Tidak Valid
7	0,458	0,355	Valid
8	0,176	0,355	Tidak Valid
9	0,315	0,355	Tidak Valid
10	0,409	0,355	Valid
11	0,349	0,355	Tidak Valid
12	0,393	0,355	Valid
13	0,462	0,355	Valid
14	0,248	0,355	Tidak Valid
15	0,288	0,355	Tidak Valid
16	0,470	0,355	Valid
17	0,578	0,355	Valid
18	0,438	0,355	Valid
19	0,485	0,355	Valid
20	0,311	0,355	Tidak Valid

		Correlations																					
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X	
X01	Pearso	1	0.056	-0.169	0.123	0.015	0.268	-0.174	0.104	-.379	0.167	0.053	-0.163	-0.221	0.115	0.027	0.256	-0.093	0.308	-0.115	-0.190		X
	Sig (2-		0.768	0.372	0.516	0.939	0.151	0.357	0.586	0.039	0.379	0.782	0.388	0.240	0.545	0.888	0.172	0.626	0.097	0.545	0.315	0.654	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearso	0.056	1	-.382	0.305	0.185	-0.209	0.216	-0.084	0.037	-0.075	.442	-0.035	0.002	0.114	0.209	0.143	0.187	0.163	.497	-.051		
	Sig (2-	0.768		0.037	0.101	0.329	0.267	0.251	0.658	0.845	0.696	0.014	0.854	0.991	0.547	0.267	0.452	0.323	0.390	0.005	0.790	0.068	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearso	-0.169	-.382	1	0.008	0.242	0.128	0.038	-0.055	0.216	0.319	0.111	0.249	.535	-0.118	0.164	-0.019	0.290	0.099	-0.078	.405	.441	
	Sig (2-	0.372	0.037		0.966	0.197	0.500	0.843	0.775	0.251	0.086	0.561	0.184	0.002	0.533	0.386	0.919	0.119	0.604	0.680	0.027	0.015	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearso	0.123	0.305	0.008	1	-0.007	0.070	-0.098	-0.217	0.059	0.085	0.264	-0.040	0.217	-0.289	0.082	0.003	.380	0.100	.604	-.011	.372	
	Sig (2-	0.516	0.101	0.966		0.971	0.711	0.607	0.250	0.756	0.654	0.158	0.833	0.249	0.122	0.668	0.986	0.038	0.601	0.000	0.558	0.043	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearso	0.015	0.185	0.242	-0.007	1	-0.236	0.250	0.032	0.074	0.209	0.190	0.200	0.104	0.042	0.271	.438	0.094	-0.056	0.293	0.323	.462	
	Sig (2-	0.939	0.329	0.197	0.971		0.210	0.182	0.866	0.699	0.268	0.315	0.290	0.586	0.825	0.147	0.015	0.622	0.769	0.116	0.082	0.010	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearso	0.268	-0.209	0.128	0.070	-0.236	1	-0.164	.438	-0.279	0.348	0.043	0.180	-0.118	0.176	-0.347	0.134	0.122	.370	-0.228	0.170		
	Sig (2-	0.151	0.267	0.500	0.711	0.210		0.386	0.016	0.136	0.059	0.822	0.341	0.535	0.352	0.061	0.481	0.521	0.044	0.225	0.370	0.198	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X07	Pearso	-0.174	0.216	0.038	-0.098	0.250	-0.164	1	-0.083	.378	.428	-0.070	0.151	0.131	.414	.366	0.061	0.109	0.089	0.139	0.110	.458	
	Sig (2-	0.357	0.251	0.843	0.607	0.182	0.386		0.662	0.040	0.018	0.715	0.425	0.492	0.023	0.046	0.749	0.567	0.641	0.465	0.563	0.011	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X08	Pearso	0.104	-0.084	-0.055	-0.217	0.032	.438	-0.083	1	-0.064	0.142	0.062	0.167	-0.133	0.220	-0.273	0.246	-0.065	0.268	-0.304	0.131		
	Sig (2-	0.586	0.658	0.775	0.250	0.866	0.016	0.662		0.736	0.455	0.744	0.377	0.483	0.243	0.144	0.190	0.734	0.152	0.102	0.491	0.353	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X09	Pearso	-.379	0.037	0.216	0.059	0.074	-0.279	.378	-0.064	1	-0.094	0.000	0.024	0.281	0.126	0.135	0.034	0.316	-0.287	0.241	-0.031		
	Sig (2-	0.039	0.845	0.251	0.756	0.699	0.136	0.040	0.736		0.622	1.000	0.899	0.133	0.508	0.477	0.858	0.088	0.125	0.200	0.872	0.050	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X10	Pearso	0.167	-0.075	0.319	0.085	0.209	0.348	.428	0.142	-0.094	1	-0.197	0.009	0.221	0.226	-0.103	0.094	0.030	0.199	-0.178	0.239	.409	
	Sig (2-	0.379	0.696	0.086	0.654	0.268	0.059	0.018	0.455	0.622		0.297	0.961	0.241	0.229	0.589	0.620	0.875	0.293	0.346	0.203	0.025	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X11	Pearso	0.053	.442	0.111	0.264	0.190	0.043	-0.070	0.062	0.000	-0.197	1	-0.070	0.141	-0.250	0.308	-0.007	0.056	0.144	.437	0.000	0.349	
	Sig (2-	0.782	0.014	0.561	0.158	0.315	0.822	0.715	0.744	1.000	0.297		0.713	0.458	0.182	0.097	0.969	0.770	0.448	0.016	1.000	0.059	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearso	-0.163	-0.035	0.249	-0.040	0.200	0.180	0.151	0.167	0.024	0.009	-0.070	1	0.081	.450	0.158	0.105	0.204	0.183	0.043	0.098	.393	
	Sig (2-	0.388	0.854	0.184	0.833	0.290	0.341	0.425	0.377	0.899	0.961	0.713		0.670	0.013	0.404	0.582	0.280	0.333	0.822	0.605	0.032	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X13	Pearso	-0.221	0.002	.535	0.217	0.104	-0.118	0.131	-0.133	0.281	0.221	0.141	0.081	1	-0.056	0.083	0.022	0.333	0.149	0.168	0.032	.462	
	Sig (2-	0.240	0.991	0.002	0.249	0.586	0.535	0.492	0.483	0.133	0.241	0.458	0.670		0.768	0.664	0.910	0.072	0.433	0.375	0.868	0.010	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X14	Pearso	0.115	0.114	-0.118	-0.289	0.042	0.176	.414	0.220	0.126	0.226	-0.250	.450	-0.056	1	-0.176	0.157	0.077	-0.026	-0.170	-0.085		
	Sig (2-	0.545	0.547	0.533	0.122	0.825	0.352	0.023	0.243	0.508	0.229	0.182	0.013	0.768		0.352	0.408	0.686	0.892	0.370	0.653	0.186	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X15	Pearso	0.027	0.209	0.164	0.082	0.271	-0.347	.366	-0.273	0.135	-0.103	0.308	0.158	0.083	-0.176	1	-0.097	0.040	-0.103	0.353	0.042		
	Sig (2-	0.888	0.267	0.386	0.668	0.147	0.061	0.046	0.144	0.477	0.589	0.097	0.404	0.664	0.352		0.611	0.835	0.589	0.056	0.824	0.122	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X16	Pearso	0.256	0.143	-0.019	0.003	.438	0.134	0.061	0.246	0.034	0.094	-0.007	0.105	0.022	0.157	-0.097	1	0.206	.428	.374	0.093	.470	
	Sig (2-	0.172	0.452	0.919	0.986	0.015	0.481	0.749	0.190	0.858	0.620	0.969	0.582	0.910	0.408	0.611		0.274	0.018	0.042	0.627	0.009	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X17	Pearso	-0.093	0.187	0.290	.380	0.094	0.122	0.109	-0.065	0.316	0.030	0.056	0.204	0.333	0.077	0.040	0.206	1	0.159	.392	0.156	.578	
	Sig (2-	0.626	0.323	0.119	0.038	0.622	0.521	0.567	0.734	0.088	0.875	0.770	0.280	0.072	0.686	0.835	0.274		0.401	0.032	0.409	0.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X18	Pearso	0.308	0.163	0.099	0.100	-0.056	.370	0.089	0.268	-0.287	0.199	0.144	0.183	0.149	-0.026	-0.103	.428	0.159	1	0.057	0.216	.438	
	Sig (2-	0.097	0.390	0.604	0.601	0.769	0.044	0.641															

Lampiran 6 : Uji Validitas Variabel Pemahaman Keislaman (Y) Sebelum Penelitian

Variabel Pemahaman Keislaman (Y)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
21	0,312	0,355	Tidak Valid
22	0,579	0,355	Valid
23	0,377	0,355	Valid
24	0,602	0,355	Valid
25	0,335	0,355	Tidak Valid
26	0,387	0,355	Valid
27	0,662	0,355	Valid
28	0,520	0,355	Valid
29	0,347	0,355	Tidak Valid
30	0,105	0,355	Tidak Valid
31	0,379	0,355	Valid
32	0,487	0,355	Valid
33	0,322	0,355	Tidak Valid
34	0,603	0,355	Valid
35	0,369	0,355	Valid
36	0,152	0,355	Tidak Valid
37	0,170	0,355	Tidak Valid
38	0,504	0,355	Valid

LAMPIRAN 7 : Dokumentasi Izin Penelitian dan Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو
STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
Jl. Diponegoro No. 23 Palu Telp. 0451-4607788 Fax. 0451-4607885
Website : www.uinpalu.ac.id email : humas@uinpalu.ac.id

Nomor : 286 /Un.24/F.V/PP.00.9/04/2025 Palu, 25 April 2025
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-
Tempat

Assalamu'alaikum War. Wab

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa (i) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIN Datokarama Palu yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : Mega Jufri
N I M : 214100044
Semester : VIII (Delapan)
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Alamat : Jl. Kawatuna
No. Hp : 082197822990

Bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul:
"PENGARUH KONTEN DAKWAH TIKTOK KADAM SIDIK TERHADAP PEMAHAMAN KEISLAMAN DAN MINAT MENJADI KREATOR DAKWAH PADA MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UIN DATOKARAMA PALU"

Dosen Pembimbing :
1. Dr. Nurasia Munir, S.Pd.I., M.Pd.
2. Fitriingsih, S.S., S.Pd., M.Hum.

Untuk maksud tersebut, kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin untuk mengadakan penelitian di Program Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Demikian, atas kerjasama dan koordinasi yang baik di ucapkan terima kasih

Wassalam.
Dekan,

Dr. Adam, M.Pd., M.Si
NIP. 196912311995031005

Tembusan :
Arsip

LAMPIRAN 8 : Dokumentasi Pengisian Kuesioner Melalui Google Form Kepada Sampel



Lampiran 9 : Dokumentasi Konten Tiktok Ustadz Khadam Sidik



Lampiran 10 : Tabulasi Angket Setelah Penelitian

1. Tabulasi Instrumen Konten Dakwah

NO SOAL													
NO RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL X
1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	51
2	3	3	1	2	1	4	2	3	3	5	2	3	32
3	4	4	4	3	3	3	4	5	3	4	3	5	45
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	38
5	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	39
6	4	4	3	4	4	5	5	3	5	2	5	4	48
7	3	3	4	4	4	3	5	3	2	1	3	3	38
8	2	2	2	1	1	2	2	1	1	5	2	2	23
9	2	2	1	4	2	1	2	3	2	1	2	2	24
10	3	4	3	3	4	3	2	4	3	5	4	4	42
11	4	3	2	3	1	3	4	3	5	1	4	3	36
12	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	43
13	3	4	3	3	4	5	3	4	5	4	4	4	46
14	4	3	2	2	2	2	4	4	3	2	4	3	35
15	3	3	2	3	2	2	3	4	4	3	2	3	34
16	4	3	3	3	4	2	3	2	4	4	2	4	38
17	4	3	4	3	5	2	4	2	4	4	2	3	40
18	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	5	3	38
19	3	4	2	2	2	1	4	3	2	2	3	5	33
20	3	3	5	4	3	2	3	2	2	2	4	4	37
21	3	3	5	3	4	1	3	1	5	1	5	5	39
22	3	4	2	2	2	2	4	4	4	3	4	3	37
23	4	5	5	3	4	3	3	4	4	3	3	4	45
24	2	2	2	2	1	2	3	1	3	2	1	3	24
25	3	3	3	4	3	1	2	2	3	2	3	3	32
26	4	4	4	3	3	4	3	4	5	3	4	4	45
27	3	3	3	3	2	1	2	4	3	2	3	3	32
28	4	3	3	4	4	1	3	3	2	3	2	3	35
29	4	3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	42
30	3	3	2	2	2	1	2	1	2	4	3	2	27
31	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	31
32	3	4	4	1	1	3	4	4	3	4	4	4	39
33	4	4	2	3	2	2	4	5	4	2	3	4	39
34	3	3	2	4	2	2	2	2	3	4	4	3	34
35	4	2	1	1	1	4	5	3	2	4	1	4	32
36	5	2	1	5	4	3	5	5	5	5	5	5	50
37	3	2	4	2	4	4	3	4	5	2	4	2	39
38	3	2	4	4	2	5	3	4	2	1	1	4	35
39	3	2	1	1	2	2	4	4	1	4	4	5	33
40	4	5	1	5	3	5	5	1	5	4	5	3	46
41	4	4	1	4	4	3	4	4	4	2	4	4	42
42	3	1	2	2	4	2	4	1	4	2	5	4	34
43	4	2	2	4	2	2	4	2	4	3	5	4	38
44	3	4	4	4	2	2	3	4	3	4	5	4	42
45	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	42
46	4	4	3	4	4	2	5	5	5	1	5	5	47
47	3	4	2	2	4	4	3	2	5	4	2	3	38
48	4	5	3	5	5	3	5	2	2	3	2	2	41
49	4	5	1	2	4	2	3	5	5	3	4	4	42
50	4	4	3	5	3	4	3	3	5	5	4	4	47
51	4	3	5	5	4	2	5	5	5	4	4	5	51
52	4	5	4	3	2	4	5	2	4	2	5	1	41
53	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	48
54	3	4	2	2	4	3	4	4	2	4	2	4	38
55	4	3	3	4	3	3	4	5	3	2	1	5	40
56	3	4	4	5	3	2	4	5	3	4	2	1	40
57	3	4	5	3	5	3	5	3	2	4	2	4	43
58	4	3	4	4	5	4	3	2	4	2	4	3	42
59	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	3	4	41

60	3	4	2	2	2	3	5	4	4	3	3	4	39
61	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	5	2	41
62	4	4	4	5	2	3	3	4	5	3	2	5	44
63	3	2	2	4	1	3	4	4	5	3	4	5	40
64	3	4	3	4	2	1	3	4	4	4	4	4	40
65	3	3	2	2	4	4	3	2	4	3	4	5	39
66	5	4	1	3	4	2	5	4	3	1	3	4	39
67	5	5	1	4	3	3	4	4	4	3	4	4	44
68	4	4	4	3	3	2	4	4	4	2	2	4	40
69	4	5	3	4	3	4	4	5	3	5	2	4	46
70	4	4	4	2	4	4	3	4	2	3	4	4	42
71	4	4	3	4	3	5	3	4	2	3	3	4	42
72	3	4	2	5	2	4	5	4	5	2	4	4	44
73	4	3	4	5	3	4	5	2	5	4	5	3	47
74	4	3	3	5	4	1	4	5	4	4	4	4	45
75	4	4	4	4	2	2	5	4	4	3	2	4	42
76	5	5	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	51
77	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	53
78	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	46
79	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
80	5	5	4	5	5	1	5	2	5	5	5	5	52
81	5	3	4	4	3	4	4	5	5	4	2	4	47
82	4	5	3	4	4	4	5	2	4	2	4	4	45
83	4	2	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	49
84	5	4	4	4	4	2	3	5	5	5	5	3	49
85	5	5	4	4	5	3	5	5	3	4	5	3	51
86	4	5	3	4	2	4	5	5	4	3	2	4	45
87	4	2	4	4	2	2	4	4	3	2	2	3	36
88	3	4	4	4	3	4	4	5	2	4	5	4	46
89	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	5	4	49
90	4	5	4	4	5	2	5	4	5	3	4	5	50
91	4	5	4	4	5	2	5	5	5	5	5	4	53
92	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	2	4	46
93	4	4	4	5	5	5	2	4	5	4	5	4	51
94	4	5	4	5	2	4	5	4	5	4	3	4	49
95	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	46
96	4	5	2	5	5	4	5	4	4	5	3	5	51
97	3	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5	49
98	4	4	4	4	5	4	5	4	5	2	4	5	50
99	4	3	4	4	4	5	5	3	4	5	2	4	47
100	3	4	4	4	4	5	3	2	5	4	5	4	47
101	4	3	4	4	3	2	4	4	5	4	4	5	46
102	3	3	4	5	3	4	5	5	3	4	5	4	48
103	3	5	2	5	4	3	5	4	3	5	3	3	45
104	4	5	3	4	4	4	2	5	3	4	4	5	47
105	4	3	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5	51
106	4	5	4	5	3	5	4	2	5	4	5	3	49
107	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	3	48
108	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	49
109	3	3	4	5	5	4	3	3	4	4	5	3	46
110	3	4	3	4	2	5	4	3	4	4	4	4	44
111	3	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	50
112	4	4	5	4	3	4	5	3	3	3	5	4	47
113	3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	3	49
114	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	51
115	3	4	4	5	5	2	4	3	5	4	5	3	47
116	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	5	3	50
117	4	3	5	4	4	5	2	3	5	4	3	3	45
118	3	3	5	4	5	4	3	4	3	5	4	5	48

2. Instrumen Pemahaman Keislaman

NO RESPONDEN	SOAL											TOTAL Y
1	4	4	3	2	5	1	1	3	1	1	5	30
2	1	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	26
3	5	3	3	2	2	3	3	3	4	5	4	37
4	3	4	3	2	2	3	5	2	2	1	2	29
5	5	2	2	4	3	2	3	2	2	1	3	29
6	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	3	50
7	5	5	3	3	3	3	3	4	4	1	5	39
8	4	4	3	5	1	2	1	2	2	1	5	30
9	2	2	1	3	1	3	2	1	4	1	4	24
10	5	5	4	3	4	3	1	3	3	2	2	35
11	4	3	2	3	3	3	5	3	3	4	5	38
12	4	4	3	4	2	2	2	4	3	2	5	35
13	2	3	4	4	2	3	4	2	3	2	2	31
14	4	4	4	2	1	3	3	1	4	2	4	32
15	4	4	3	2	1	3	3	2	1	1	4	28
16	4	4	3	3	2	2	2	1	4	4	4	33
17	4	4	2	3	2	2	1	1	3	2	5	29
18	3	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	47
19	4	4	3	4	1	4	5	3	2	2	5	37
20	4	4	4	5	4	4	3	2	2	3	4	39
21	4	4	4	4	3	3	4	3	1	4	4	38
22	3	4	4	4	2	4	4	4	2	4	5	40
23	5	5	3	4	4	1	1	4	5	5	5	42
24	5	4	4	5	2	2	1	1	2	2	5	33
25	4	5	5	4	2	2	2	3	2	3	4	36
26	1	4	4	3	4	2	1	2	2	4	1	28
27	4	4	4	2	1	1	4	3	1	2	4	30
28	3	4	4	2	1	1	1	3	1	2	4	26
29	2	2	4	3	4	3	4	5	3	2	4	36
30	4	4	4	3	4	2	2	3	2	2	5	35
31	5	5	5	4	4	2	2	4	2	2	5	40
32	1	2	1	4	4	2	5	3	2	4	4	32
33	3	4	3	2	4	4	2	4	3	2	4	35
34	3	2	4	4	2	2	1	3	2	2	4	29
35	2	2	1	2	4	5	2	4	5	2	5	34
36	5	4	4	4	2	3	2	4	4	3	4	39
37	4	4	4	4	3	2	3	2	4	4	4	38
38	2	2	4	3	1	1	2	4	4	4	5	32
39	4	5	4	2	4	5	2	5	2	4	5	42
40	5	5	5	2	3	4	4	3	4	5	5	45
41	5	5	5	4	4	2	4	3	4	2	5	43
42	5	2	2	2	1	4	5	1	2	4	2	30
43	4	4	5	3	4	2	2	1	3	3	4	35
44	4	4	4	3	2	3	3	5	2	2	4	36
45	3	2	4	5	4	4	3	4	3	2	5	39
46	4	5	4	5	2	2	1	3	4	1	5	36
47	3	4	5	4	4	2	4	3	2	1	5	37
48	5	4	2	3	2	3	3	3	2	5	5	37
49	5	2	4	4	5	3	3	4	3	4	4	41
50	5	5	5	4	3	2	4	5	4	3	5	45
51	4	4	4	3	4	5	4	5	3	4	5	45
52	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	5	44
53	4	4	5	1	1	4	4	4	4	3	4	38
54	3	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	44
55	3	5	4	5	5	3	4	1	2	4	4	40
56	4	5	3	4	2	5	3	2	3	2	5	38
57	5	3	2	4	5	3	2	3	2	4	4	37
58	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	41
59	5	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	43

60	4	5	2	5	4	4	2	3	2	3	5	39
61	5	4	4	3	5	4	2	3	4	5	4	43
62	4	4	4	4	4	4	4	3	2	5	5	43
63	3	4	5	3	4	5	5	2	3	4	5	43
64	5	5	5	2	1	1	3	3	3	3	5	36
65	5	5	3	3	4	3	4	3	4	4	5	43
66	4	3	3	4	4	4	3	2	4	5	4	40
67	4	4	4	4	4	4	3	5	3	2	5	42
68	4	4	4	3	3	3	2	4	2	3	5	37
69	4	5	5	4	2	1	1	3	4	4	5	38
70	4	5	5	4	2	2	1	3	3	4	5	38
71	5	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	36
72	4	2	5	1	4	4	4	5	4	4	5	42
73	5	5	4	4	3	3	4	2	2	4	4	40
74	5	5	5	5	4	4	5	4	2	5	5	49
75	2	2	4	4	1	1	5	5	4	4	5	37
76	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	5	45
77	5	5	5	4	3	4	3	4	5	4	5	47
78	5	5	4	3	3	5	3	2	4	4	5	43
79	5	5	1	4	2	1	4	4	5	3	4	38
80	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	5	44
81	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	5	41
82	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	5	42
83	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	5	48
84	4	3	2	4	4	3	5	4	3	3	4	39
85	4	5	4	3	5	3	2	2	4	3	4	39
86	5	4	3	4	4	4	2	4	4	3	5	42
87	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	5	41
88	4	5	3	5	5	4	4	3	3	4	5	45
89	5	5	5	4	3	5	4	4	5	3	5	48
90	3	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	44
91	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	50
92	4	5	4	5	2	5	4	5	4	5	4	47
93	4	4	4	4	2	4	4	3	4	5	5	43
94	4	3	4	4	5	2	5	4	4	5	4	44
95	4	4	4	3	1	4	3	4	5	5	4	41
96	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	50
97	5	5	5	5	4	5	4	4	5	2	4	48
98	5	5	5	5	2	4	4	4	3	5	5	47
99	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	49
100	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	46
101	3	4	5	4	5	2	4	5	5	4	4	45
102	4	5	4	5	2	4	5	3	4	5	4	45
103	5	4	3	2	5	4	3	4	3	2	4	39
104	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	5	44
105	5	4	5	5	3	5	5	4	3	4	4	47
106	4	4	5	5	3	5	2	2	5	2	4	41
107	5	5	5	5	5	5	4	4	3	2	3	46
108	4	4	5	3	4	5	4	4	2	1	4	40
109	3	4	5	2	4	5	4	5	2	4	5	43
110	3	4	4	4	4	5	4	2	4	5	5	44
111	3	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	47
112	4	5	4	4	5	3	5	2	5	4	5	46
113	4	3	4	5	3	5	4	4	4	5	5	46
114	5	5	5	4	3	2	2	4	4	4	5	43
115	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	44
116	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	45
117	5	4	4	3	4	2	2	4	3	5	4	40
118	5	4	4	5	4	3	3	4	5	3	5	45

2. Instrumen Pemahaman Minat Menjadi Kreator Dakwah

NO SOAL						
NO RESPONDEN	1	2	3	4	5	TOTAL Y2
1	5	5	4	4	4	22
2	3	3	3	1	2	12
3	4	3	4	4	3	18
4	3	4	3	3	4	17
5	2	3	4	4	3	16
6	3	5	5	3	4	20
7	2	2	3	4	4	15
8	2	3	2	2	1	10
9	2	1	3	1	4	11
10	4	3	4	3	3	17
11	4	4	5	2	3	18
12	3	4	5	2	4	18
13	3	4	5	3	3	18
14	4	5	5	2	2	18
15	3	3	3	2	3	14
16	4	2	5	3	3	17
17	3	2	5	4	3	17
18	4	5	3	2	4	18
19	3	4	5	2	2	16
20	2	2	5	5	4	18
21	4	4	5	5	3	21
22	2	4	5	2	2	15
23	5	3	5	5	3	21
24	2	2	5	2	2	13
25	3	4	5	3	4	19
26	4	5	5	4	3	21
27	2	4	5	3	3	17
28	5	4	5	3	4	21
29	5	4	5	4	4	22
30	2	4	5	2	2	15
31	4	4	5	2	3	18
32	3	5	5	4	1	18
33	3	4	5	2	3	17
34	2	2	5	2	4	15
35	5	2	5	1	1	14
36	5	5	5	1	5	21
37	5	5	5	4	2	21
38	1	2	5	4	4	16
39	3	4	5	1	1	14
40	3	5	5	1	5	19
41	4	2	5	1	4	16
42	4	5	5	2	2	18
43	3	2	5	2	4	16
44	4	4	5	4	4	21
45	5	5	5	4	4	23
46	5	5	5	3	4	22
47	5	3	5	2	2	17
48	4	3	5	3	5	20
49	4	4	5	1	2	16
50	5	5	5	3	5	23
51	4	5	5	5	5	24
52	5	5	5	4	3	22
53	3	4	5	3	4	19
54	5	5	5	2	2	19
55	4	5	5	3	4	21
56	4	5	5	4	5	23
57	2	5	5	5	3	20
58	5	3	5	4	4	21
59	3	5	5	2	4	19

60	5	5	5	2	2	19
61	3	4	5	2	3	17
62	1	4	5	4	5	19
63	3	3	5	2	4	17
64	4	4	5	3	4	20
65	4	5	5	2	2	18
66	4	5	5	1	3	18
67	5	5	5	1	4	20
68	4	4	5	4	3	20
69	4	5	5	3	4	21
70	5	4	5	4	2	20
71	4	5	5	3	4	21
72	5	4	5	2	5	21
73	4	5	5	4	5	23
74	4	5	5	3	5	22
75	4	5	5	4	4	22
76	5	5	5	4	5	24
77	4	4	5	4	5	22
78	4	5	5	4	4	22
79	4	4	5	4	4	21
80	5	5	5	4	5	24
81	4	5	5	4	4	22
82	4	5	5	3	4	21
83	4	5	5	4	5	23
84	5	5	5	4	4	23
85	5	5	5	4	4	23
86	4	2	5	3	4	18
87	4	5	5	4	4	22
88	5	5	5	4	4	23
89	4	5	5	3	4	21
90	4	4	5	4	4	21
91	4	5	5	4	4	22
92	5	4	5	4	4	22
93	4	4	5	4	5	22
94	5	4	5	4	5	23
95	4	4	5	4	4	21
96	3	5	5	2	5	20
97	3	4	5	5	4	21
98	3	5	5	4	4	21
99	5	5	5	4	4	23
100	5	4	5	4	4	22
101	3	4	5	4	4	20
102	5	5	5	4	5	24
103	5	4	5	2	5	21
104	4	5	5	3	4	21
105	5	5	5	5	5	25
106	3	5	5	4	5	22
107	5	4	5	4	5	23
108	5	5	5	3	4	22
109	5	4	5	4	5	23
110	5	5	5	3	4	22
111	4	3	5	3	4	19
112	4	5	5	5	4	23
113	3	5	5	5	3	21
114	4	4	5	5	5	23
115	2	4	5	4	5	20
116	2	3	5	4	4	18
117	4	5	5	5	4	23
118	4	5	5	5	4	23

Lampiran 11 :

1. Uji Validitas Variabel Konten Dakwah (X) Setelah Penelitian

Variabel Konten Dakwah Tiktok (X)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,179	0,564	Valid
2	0,179	0,537	Valid
3	0,179	0,512	Valid
4	0,179	0,641	Valid
5	0,179	0,608	Valid
6	0,179	0,502	Valid
7	0,179	0,451	Valid
8	0,179	0,448	Valid
9	0,179	0,588	Valid
10	0,179	0,440	Valid
11	0,179	0,537	Valid
12	0,179	0,420	Valid

2. Uji Validitas Variabel Pemahaman Keislaman (Y1) Setelah Penelitian

Variabel Pemahaman Keislaman (Y)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,179	0,410	Valid
2	0,179	0,466	Valid
3	0,179	0,556	Valid
4	0,179	0,478	Valid
5	0,179	0,461	Valid
6	0,179	0,565	Valid
7	0,179	0,488	Valid
8	0,179	0,529	Valid
9	0,179	0,517	Valid
10	0,179	0,571	Valid
11	0,179	0,396	Valid

3. Uji Validitas Variabel Minat Menjadi Kreator Dakwah (Y2) Setelah Penelitian

Variabel Minata Menjadi Kreator Dakwah (Y2)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,179	0,627	Valid
2	0,179	0,674	Valid
3	0,179	0,515	Valid
4	0,179	0,645	Valid
5	0,179	0,640	Valid

3. Uji Validitas Variabel Minat Menjadi Kreator Dakwah (Y2) Setelah Penelitian

Correlations							
		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006
VAR00001	Pearson Correlation	1	.405**	.269**	0,107	0,171	.627**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,003	0,247	0,063	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
VAR00002	Pearson Correlation	.405**	1	.310**	.204*	.194*	.674**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,001	0,027	0,035	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
VAR00003	Pearson Correlation	.269**	.310**	1	.196*	.189*	.515**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,001		0,033	0,041	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
VAR00004	Pearson Correlation	0,107	.204*	.196*	1	.356**	.645**
	Sig. (2-tailed)	0,247	0,027	0,033		0,000	0,000
	N	118	118	118	118	118	118
VAR00005	Pearson Correlation	0,171	.194*	.189*	.356**	1	.640**
	Sig. (2-tailed)	0,063	0,035	0,041	0,000		0,000
	N	118	118	118	118	118	118
VAR00006	Pearson Correlation	.627**	.674**	.515**	.645**	.640**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	118	118	118	118	118	118

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS



A. Riwayat Hidup

Nama : Mega Jufri
Tempat/ Tgl. Lahir : Palu, 17 Agustus 2001
Nama Orang Tua
Ayah : Jufri
Ibu : A. Rennu (almh)
Pekerjaan Orang tua : Wiraswasta
Alamat : Jalan Kebun Sari, Kec. Mantikulore, Kel. Kawatuna,
Kota Palu.
NIM : 214100044
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi Islam
Kampus : Universitas Islam Negeri Datokarama Palu
No. HP : 082197822990

B. Riwayat Pendidikan

Sekolah dasar : SD Negeri 22 Kota Palu (2008-2014)
Sekolah Menengah Pertama : SMP Negeri 2 Kota Palu (2014-2017)
Sekolah Menengah Akhir : MAN 2 Kota Palu (2017-2020)
Pendidikan Tinggi S1 : Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama
Palu (2021-2025)