

**PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN ADAB
DAN DAKWAH IAIN PEKALONGAN TENTANG APLIKASI
TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH *MODERN***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

RISKI MAULIAH
NIM. 3417121

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN ADAB
DAN DAKWAH IAIN PEKALONGAN TENTANG APLIKASI
TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH *MODERN***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

RISKI MAULIAH
NIM. 3417121

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Riski Mauliah
NIM : 3417121
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH IAIN PEKALONGAN TENTANG APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH *MODERN*”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di IAIN Pekalongan.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Pekalongan.

Pekalongan, 18 Agustus 2021

Penulis,



Riski Mauliah
3417121

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom
Kelurahan Bligo RT.08 RW.03 Kec.Buaran Kab.Pekalongan

Lamp : 3 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Riski Mauliah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : RISKI MAULIAH

NIM : 3417121

Judul : **PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH IAIN PEKALONGAN TENTANG APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH MODERN**

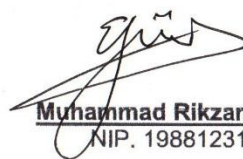
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 18 Agustus 2021

Pembimbing,



Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom
NIP. 198812312019031011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Kusumabangsa No. 9 Pekalongan Telp. (0285) 412575 / Fax. (0285) 423428
Website: fuad.iainpekalongan.ac.id email: fuad@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **RISKI MAULIAH**
NIM : **3417121**
Judul Skripsi : **PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH IAIN PEKALONGAN TENTANG APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH MODERN**

Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

H. Misbakhudin, Lc., M.Ag
NIP. 197904022006041003

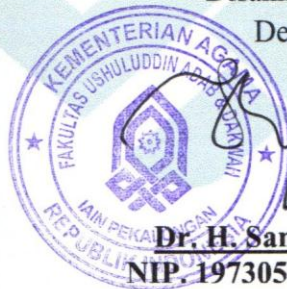
Penguji II

Teddy Dyatmika, M.I.Kom
NIP. 198702132019031003

Pekalongan, 8 Oktober 2021

Disahkan Oleh

Dekan,



Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fenom-fenom konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	ṡ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	z	zet (dengan titik dibawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	„ain	„	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Rangkap Panjang
ا = a	اي = ai	آ = ā
ي = i	وا = au	أَي = ī
أ = u		أُو = ū

3. Ta Marbutoh

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مراةجميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Kata Sandang Artikel

kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi / l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البيدع ditulis *al-badi'*

اجلال ditulis *al-jalāl*

5. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

امرث	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>Syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, tak henti-hentinya saya mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya, yang telah memberikan kekuatan, keberkahan dan kesabaran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa pula, sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang selalu menjadi panutan untuk kita semua. Semoga dengan keberhasilan saya mengerjakan skripsi ini mampu menjadi awal untuk menggapai keberhasilan besar lainnya. Saya persembahkan sayang dan cinta ini kepada :

1. Allah SWT, Yang telah memberikan kesempatan hidup sampai sekarang dan kesempatan menikmati bangku perkuliahan. Terima kasih atas segala nikmat-Mu yang tak terhitung dan ridho-Mu sehingga saya dapat mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Terima kasih kepada orang tua saya Bapak Kasyadi dan Ibu Rohinah atas segala doa dan ridho-nya. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan dan keberkahan rizki dari Allah SWT.
3. Terima kasih, kepada kakak saya yang sudah mau mengerti dengan kesibukan saya di rumah.
4. Terima kasih kepada pak Misbakhudin Lc. M.A.g selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang sudah mau membantu segala sesuatu yang berkaitan dengan kelulusan saya.
5. Terima kasih kepada Pak Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom sebagai dosen pembimbing saya yang sudah membimbing saya dan meluangkan waktu untuk mengoreksi hasil skripsi saya.
6. Terima kasih kepada Fanan Maftuh, teman hidup Insya'Allah, terima kasih telah mendengarkan semua keluh kesah saya dan menyemangati saya dalam menyusun skripsi. Semoga Allah memujudkan segala do'a-do'a kita.
7. Terima kasih kepada Nur Indah Sari, teman seperjuangan yang selalu menyemangati dan menjadi teman tukar fikir dalam mengerjakan skripsi ini

8. Terima kasih untuk anggota group whatsapps DPR-I yang selalu menghibur dikalah jenuh. Semoga kita semua bisa sukses bareng
9. Terima kasih kepada Diyanti dan Widiya Tri Handayani yang sudah mau direpotkan dan membantu saya dalam menyebarkan kuesioner skripsi ini
10. Terima kasih kepada teman-teman semua yang telah mau mengisi kuesioner skripsi saya. Tanpa kalian skripsi saya tidak akan selesai.
11. Terima kasih kepada semua teman KPI C dan teman dari kelas dan jurusan lain yang telah memberikan pengalam-pengalaman yang tak terlupa kepada saya.

MOTTO

Be like the flower that gives its fragrance to even the hand that crushes it.

(Ali Bin Abi Thalib)

ABSTRAK

Riski Mauliah. 3417121. Persepsi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan Tentang Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Modern. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan. Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom.

Kata Kunci : Tiktok, Persepsi, Motif dan Kepuasan

Seorang Da'i dalam berdakwah hendaknya harus mampu mengikuti perkembangan zaman. Da'i zaman sekarang banyak menggunakan media untuk berdakwah seperti, *internet, instagram, facebook* dan yang sedang ramai saat ini yaitu tiktok. Padahal tak jarang orang memandang tiktok ini sebagai aplikasi negatif bahkan sempat di blokir kominfo karena konten negatifnya. Namun, sebagian orang memanfaatkan tiktok untuk hal positif yaitu untuk menyebarkan kebaikan dengan membuat konten dakwah melalui aplikasi tiktok.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang tiktok yang dijadikan media dakwah. Persepsi berarti proses pemberian makna kepada stimulus yang diterima. Dalam hal ini, stimulusnya yaitu konten dakwah yang ada di aplikasi tiktok. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori *Uses And Gratification*. Inti dari teori ini yaitu dimana khalayak mengkonsumsi media karena motif-motif atau harapan-harapan tertentu. Jika motif tersebut terpenuhi berarti media memberikan kepuasan kepada khalayak dan bisa disebut media yang aktif. Konsep utama teori ini adalah *Gratification Sought* (Motif) dan *Gratification Obtained* (Kepuasan).

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode observasi dan angket untuk pengumpulan datanya. Sampel yang digunakan yaitu mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah dengan teknik pengambilan sampel stratified sampling. Pengolahan data penelitian ini menggunakan program Ms. Excel dan program SPSS 16. Hasil dari pengolahan data di deskripsikan rata-rata setiap motif dan kepuasan yang didapat. Selanjutnya untuk menguji deskripsi tersebut data diuji kembali dengan uji beda rata-rata yaitu uji paired t-test.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan dakwah IAIN Pekalongan terhadap konten dakwah di aplikasi tiktok sangat tinggi. Terbukti dari keempat motif pencarian kepuasan hanya satu motif saja yang tidak terpenuhi yaitu motif hubungan personal. Dengan demikian, penulis berharap kedepannya konten dakwah yang ada ditiktok lebih kreatif lagi agar mampu memenuhi semua motif pencarian kepuasan tersebut.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan Tentang Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Modern”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta masih banyak kekurangannya. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan hormat mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. Selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Dr. H. Sam'ani, M.Ag., Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan
3. Misbakhudin, Lc., M.A., Selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Pekalongan
4. Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom., Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan menyediakan waktu untuk meneliti hasil skripsi, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
5. Segenap dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan perkuliahan. Semoga ilmunya dapat selalu bermanfaat di dunia sampai akhirat. Serta staf bagian tata usaha yang telah membantu mengumpulkan data untuk penelitian.
6. Bapak Kasyadi dan Ibu Rohinah, yang senantiasa mendoakan, memberi semangat, menasihati, selalu sabar dan mengerti kesibukan penulis dalam menyusun skripsi. Sampai akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi dan mendapat gelar sarjana.
7. Nurindah Sari, teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan menjadi teman bertukar fikir dalam menyelesaikan skripsi.

8. Muhammad Fanan Maftuh yang selalu memberikan semangat, mengingatkan dan menghibur dikala jenuh saat mengerjakan skripsi
9. Serta teman-teman yang membantu dalam menyebarkan kuesioner dan yang telah mengisi kuesioner.

Demikian penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga orang-orang tercinta yang tertera di atas ataupun tidak selalu diberikan kesehatan, keberkahan dan rahmat dari Allah SWT. Penulis juga berharap karya ini dapat bermanfaat bagi semuanya.

Pekalongan, 26 Juli 2021

Riski Mauliah
NIM. 3417121

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat.....	5
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Analisis teori.....	6
2. Penelitian yang Relevan	11
3. Kerangka Berfikir	13
F. Hipotesis	16
G. Metode Penelitian.....	16
1. Jenis dan Pendekatan	16
2. Variabel.....	17
3. Variabel Dependen	17
4. Populasi.....	18
5. Sampel	18
6. Teknik Pengambilan Sampel	19
7. Teknik Pengumpulan Data	20

H.	Sistematika Penulisan.....	25
BAB II KAJIAN TEORITIS.....		27
A.	Aplikasi Tiktok.....	27
1.	Pengertian Aplikasi Tiktok	27
2.	Sejarah Aplikasi Tiktok	28
3.	Manfaat Aplikasi Tiktok.....	29
4.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok	29
B.	Media Dakwah	32
1.	Pengertian Media	32
2.	Pengertian Dakwah.....	35
3.	Media Dakwah.....	40
4.	Konsep Teoritis.....	47
BAB III PERSEPSI TENTANG TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH		55
A.	Persepsi Tentang Tiktok Dakwah.....	55
B.	Jenis dan Lokasi Penelitian	59
C.	Pendekatan Penelitian.....	59
D.	Populasi	60
E.	Sampel.....	61
F.	Oprasional Konsep.....	63
BAB IV ANALISIS DATA		66
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	66
B.	Hasil Penelitian.....	67
1.	Uji Instrumen	67
2.	Hasil Analisis Uji Statistik.....	76
C.	Pembahasan	83
BAB V PENUTUP.....		87
A.	Kesimpulan.....	87
B.	Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengambilan Sampel.....	19
Tabel 3.1 Populasi.....	60
Tabel 3.2 Teknik Pengambilan Sampel	62
Tabel 3.3 Oprasional Konsep.....	63
Tabel 4.1 Populasi Penelitian.....	66
Tabel 4 2 Uji Validitas Indikator Pencarian Kepuasan.....	67
Tabel 4 3 Uji Validitas Indikator Pencarian Kepuasan.....	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabel Gratification Sought.....	73
Tabel 4 5 Hasil Uji Reliabelitas Gratification Obtained	73
Tabel 4.6 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	74
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Homogenitas.....	76
Tabel 4.9 Hasil Rata-Rata Skor Gratification Sought (GS) Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Terhadap Konten Dakwah Di Aplikasi Tiktok...77	
Tabel 4.10 Rata-Rata Skor Gratification Obtained (GO) Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Terhadap Konten Dakwah Di Aplikasi Tiktok...78	
Tabel 4.11 Perbandingan Gratification Sought(GS) dan Gratificaion Obtained(GO).....	79
Tabel 4 12 Hasil Uji Paired T-Test	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam merupakan agama terakhir yang diturunkan oleh Allah SWT kepada nabi Muhammad SAW sebagai pelengkap agama sebelumnya. Penyebaran agama islam terbilang sangat cepat dengan sasaran yang luas. Menurut L. Stoddart, dalam karyanya, "*The New World of Islam*". Samsul Munir mengutip dalam buku "Ilmu Dakwah" : "Kebangkitan islam adalah suatu peristiwa yang sangat hebat dalam sejarah umat manusia. Selama kurun waktu satu abad, dari gurun tandus sampai suku-suku terbelakang, islam telah menyebar ke hampir separuh dunia. Menggulingkan kerajaan besar dan meruntuhkan agama-agama besar yang telah ada dan dianut sejak nenek moyang. Menyelenggarakan revolusi spritual dan ideologi nasional, sekaligus menumbuhkan dunia baru dalam dunia islam..¹

Keberhasilan islam dalam melebarkan sayapnya tidak lepas dari peran Rasulullah SAW. Rasulullah dalam menyampaikan dakwah islam menggunakan strategi dan juga media dakwah sebagai pendukung dakwahnya. Media dakwah yang digunakan Rasullah yaitu melalui surat. Rasulullah menggunakan media surat untuk mengajak para penguasa-penguasa non-muslim pada waktu itu untuk memeluk islam. Jadi, media dakwah

¹ Samsul Munir, Amir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal. 17.

bukanlah hal yang baru di dunia perdakwaan, sebab Rasulullah sendiri sebagai *agent of change* yang mengenalkan media dakwah kepada umatnya.²

Media dakwah yang digunakan pada zaman Rasulullah sangat efektif pada saat itu. Semakin berkembangnya zaman, surat tidak lagi menjadi media pilihan untuk berdakwah sebab membutuhkan waktu yang cukup lama dalam menyampaikan islam. Selain surat, Rasulullah juga menggunakan media dakwah secara lisan berupa Maidhotul Khasanah, khotbah, ceramah ataupun dari lisan-kelisan. Al-Qur'an menerangkan beberapa ayat mengenai dakwah melalui lisan, diantaranya yaitu surat Al-Baqarah ayat 104:

”يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا وَاسْمَعُوا وَلِلْكَافِرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ“

Artinya: *“Hay orang-orang yang beriman, janganlah kamu katakan (kepada Muhammad) “Raa’ina”, tetapi katakanlah “Unzhurna”, dan “dengarlah”. Dan bagi orang-orang yang kafir siksaan yang pedih.*

Pada ayat diatas terdapat kata “dengarlah” yang artinya Allah memerintahkan semua umat muslim untuk mendengarkan perkataan Rasulullah. Maka, sudah cukup jelas bahwa Rasulullah menyampaikan dakwahnya secara lisan pula. Abdul Karim Zaidan dalam Salmadani mengatakan, dakwah melalui ucapan atau lisan merupakan media utama untuk berdakwah atau menyebarkan islam kepada seseorang.³

² Bobby Rachman Santoso, dkk, *Surat Sebagai Media Dakwah: Studi Atas Praktek Dakwah Rasulullah SAW Terhadap Raja Heraclius, Kisra Abrawaiz, Muqouqis dan Najasyi*, (Semarang : Jurnal Ilmu Dakwah, 2015), vol. 35 no. 1, hlm 119

³ Abdurrahman, *Hadis-hadis tentang Media Dakwah*, (Banten: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin, 2000), hlm. 6.

Dakwah melalui tulisan maupun lisan saat ini masih tetap digunakan para Da'i untuk berdakwah hanya saja berbeda cara memilih medianya. Jika seorang Da'i masih menggunakan media tradisional dakwah yang dilakukan tidak akan efektif. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, membuat cara berdakwahpun mengalami perkembangan. Perkembangan teknologi dan informasi ini membuat dakwah mencapai sasaran yang luas tak terbatas usia bahkan wilayah. Begitupun efek yang ditimbulkan akan sangat berdampak pada Mad'unya.⁴

Arus Teknologi dan Informasi (TI) berkembang sangat cepat, sampai tidak ada lagi batasan manusia dalam berkomunikasi. Mencari dan menyampaikan informasi menjadi sangat efektif dan efisien terutama dalam menyampaikan dakwah. Media dakwah yang cukup efektif dan eksis sampai sekarang ini adalah internet. Selain internet media dakwah yang diminati adalah media sosial seperti facebook, instagram dan twitter.

Media dakwah menjadi satu tantangan bagi seorang Da'i dalam menyampaikan dakwah. Hal ini mendorong pendakwah harus kreatif dalam menyampaikan dan memilih media dakwah yang akan digunakan. Berdakwah melalui media sosial memang sasarannya sangat luas. Namun, pendakwah haruslah mengikuti perkembangan zaman. Berbagai macam media kini mulai menjadi sasaran untuk sarana berdakwah. Salah satunya adalah aplikasi tiktok.

⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011), hal. 9

Tiktok merupakan aplikasi baru yang kemunculannya sempat hebohkan semua orang. Awalnya tiktok terkenal dengan aplikasi *live sing* dan jogetannya. Namun, sekarang tiktok mulai merambah kebidang dakwah. Dakwah melalui Tiktok sudah dilakukan oleh banyak orang. Tidak hanya membuat konten dakwah yang kreatif melalui aplikasi tiktok sebagian orang juga menyebarkan konten-konten tersebut melalui media yang lain seperti whatapps, instagram dan facebook sehingga semakin luas sasaran dakwahnya. Konten dakwah kreatif melalui aplikasi tiktok yang terkenal salah satunya adalah pemilik akun Husain Basyaiban dan Zahra Hashimee.

Dakwah melalui tiktok menjadi bukti bahwa kegiatan dakwah selalu mengikuti perubahan zaman. Jika, penyampaian pesan dakwah masih sama metode, strategi dan media dakwahnya seperti yang dulu, Mad'u cenderung enggan mendengarkannya. Maka, mau tidak mau seorang pendakwah harus mampu mengikuti arus teknologi. Namun, pendapat serta persepsi orang berbeda-beda tentang dakwah melalui tiktok ini. Ada yang menganggap bahwa dakwah melalui tiktok efektif dalam menyampaikan pesan dakwah terutama pada remaja. Ada pula yang beranggapan bahwa tiktok adalah aplikasi untuk orang-orang alay dan tidak pas digunakan untuk berdakwah.

Maka, peneliti tertarik meneliti tiktok yang dijadikan media dakwah. Karena, tentunya cara berdakwah yang disampaikanpun berbeda dari yang biasanya dan efek yang ditimbulkan pada Mad'u juga berbeda-beda. Pada penelitian yang berjudul Persepsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan tentang tiktok sebagai media dakwah, peneliti

ingin mengetahui persepsi mahasiswa apakah konten dakwah di tiktok ini dapat memberikan kepuasan kepada penontonnya dan apakah mampu memenuhi sesuatu yang mereka cari dari konten-konten dakwah di tiktok.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana persepsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan tentang tiktok yang dijadikan media dakwah modern?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang tiktok yang dijadikan media dakwah.

D. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Secara Teoritis, diharapkan hasil penelitian ini mampu menambah khazanah keilmuan terutama di bidang dakwah dan komunikasi, serta mampu menambah metode dakwah yang dapat digunakan mahasiswa sehingga meningkatkan semangat untuk berdakwah.
2. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas dakwah dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis teori

a. Persepsi

Menurut Sarlito W. Sarwono persepsi adalah proses memperoleh, menafsirkan, dan mengatur informasi yang dilakukan oleh indra. Proses terjadinya persepsi yaitu ketika organ manusia menangkap stimulus kemudian masuk ke dalam otak. Persepsi menjadi proses internal untuk memahami dan mengevaluasi pemahaman kita tentang seseorang atau suatu objek. Saat proses ini terjadi, kepekaan seseorang terhadap lingkungan mulai muncul. Sehingga, persepsi nantinya akan menghasilkan sebuah penilaian terhadap sesuatu yang diamati.⁵

b. Mahasiswa

Mahasiswa merupakan orang yang menempuh proses belajar serta terdaftar pada salah satu perguruan tinggi seperti akademik, politeknik, institut, perguruan tinggi dan universitas.⁶ Mahasiswa ini biasanya memiliki kemampuan intelektual yang tinggi. Sebab, dari kategori umur mahasiswa yang berkisar antara 18-25 tahun sudah mulai memasuki masa dewasa. Maka, mereka akan cenderung lebih kritis terhadap masalah yang dihadapi.

⁵ Rohmaul Listyana dan Yudi Hartono, *Persepsi dan Sikap Masyarakat terhadap Penanggalan Jawa dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013)*, (Madiun: Jurnal Agastya, 2015) vol. 5 no.1, hlm. 121.

⁶ Wenny Hulukati, Moh. Rizki Djibran, *Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo*, (Gorontalo: Jurnal Bikotetik, 2018) vol. 2, no. 1, hlm. 74.

c. Tiktok

Tiktok merupakan aplikasi pembuat video berdurasi pendek yang disertai filter, musik dan berbagai fitur lain. Aplikasi tiktok pertama kali dibuat oleh perusahaan Bytedance, Tiongkok, China. Aplikasi ini diberi nama Douyin. Douyin berkembang sangat cepat hingga perusahaan tersebut melebarkan sayapnya keluar China. Aplikasi ini masuk ke Indonesia dengan nama Tiktok.

Di Indonesia aplikasi tiktok menjadi salah satu aplikasi terbaik di google play pada tahun 2018. Namun, pada pertengahan 2018 aplikasi ini pernah diblokir oleh ke mentrian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dengan alasan terdapat konten kurang baik terutama untuk anak-anak. Pada tahun 2020 aplikasi tiktok mulai naik daun kembali.⁷

d. Media Dakwah

Media atau median adalah bentukjamak dari medium yang berarti alat perantara. Menurut Wilbur Schramm, mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang digunakan dalam pengajaran. Sedangkan dakwah merupakan kegiatan mengajak dan menyeru kepada kebaikan dan meninggalkan kemungkaran. Jadi,

⁷ Dwi Putri Robiatul Adawiyah, *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*, (Surabaya: Jurnal Komunikasi, 2020), Vol. 14 No. 2, hlm. 136.

media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah.⁸

Pada zaman Rasulullah media dakwah yang digunakan sangat terbatas yaitu dakwah *qauliyah bi al-lisan* dan dakwah *fi'liyyah bi al-uswah* dan menggunakan media surat (*rasail*) yang terbatas. Semakin berkembangnya zaman, media dakwah semakin berkembang. Media dakwah mulai merambah ke peralatan elektronik dan media cetak seperti radio, televisi dan koran. Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat pelaku dakwah harus mengikuti arus tersebut. Hingga munculah media internet dan media sosial.

e. Teori *Uses and Gratification*

Teori *uses and gratification* pertama kali dikenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Teori kegunaan dan kepuasan diperkenalkan dalam buku Herbert dan Katz yang berjudul *The Uses Of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini menekankan pengguna media mempunyai peran aktif dalam memilih dan menentukan media yang akan digunakannya. Artinya pengguna media berusaha mencari sumber media mana yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Pengguna media memiliki pilihan lain untuk memenuhi kebutuhan mereka.

⁸ Irzum Farihah, *Media Dakwah POP*, (Kudus : AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 2013) Vol. 1 no.2, hlm. 28-29

Model *uses and gratification* menunjukkan bahwa titik permasalahan utama bukanlah bagaimana media merubah sikap dan perilaku masyarakat. Namun, bagaimana memenuhi kebutuhan individu dan sosial masyarakat. Oleh karena itu, fokusnya adalah pada khalayak aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu.⁹

Asumsi-asumsi dasar teori *uses and gratification* menurut Jay Blumer dan Elihu Katz dan Michael Gurevitch adalah sebagai berikut:

- 1) Khalayak dianggap aktif, dimana sebagian besar manusia menggunakan media massa berdasarkan motif khusus
- 2) Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan dan pemenuhan kebutuhan tergantung pada khalayak
- 3) Media harus mampu memenuhi kebutuhan khalayak melalui persaingan. Karena media hanyalah sebagian dari sekian banyak kebutuhan manusia.
- 4) Banyak tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data diberikan anggota khalayak , artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.

⁹ Nuriya Ni'matul Rohmah, *Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)*, (Mataram : Al-I'lam, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam), Vol.4, No. 1, hlm. 6-8

- 5) Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu oleh orientasi khalayak.

Teori *uses and gratification* memandang kegunaan komunikasi dari pandangan khalayak bukan dari pandangan media, jika digambarkan, teori ini yaitu:

Anteseden → Motif → Penggunaan Media → Efek

- 1) Anteseden mencakup variabel Individual seperti jenis kelamin, usia dan faktor psikologis komunikasi. Serta variabel lingkungan yaitu organisasi, sistem sosial dan struktur sosial.
- 2) Motif, terdiri dari kognitif (keperluan akan informasi, pengamatan dan eksplorasi kenyataan), Diversi (keperluan akan pelepasan dari tekanan dan keperluan akan hiburan), dan identitas personal (penggunaan isi media untuk memperkuat sesuatu yang penting dalam kehidupan khalayak).
- 3) Penggunaan media terdiri dari hubungan, macam isi, hubungan dengan isi. Efek media dijadikan evaluasi kemampuan media dalam memberikan kepuasan, pengetahuan, dan dependensi.¹⁰

Dalam teori *uses and gratification* khalayak akan menggunakan media sesuai dengan apa yang dia butuhkan dan akan mengabaikan media yang dianggap tidak mampu memenuhi kebutuhan khalayak tersebut. Kebutuhan inilah yang mendorong timbulnya motif. Yang akan menjadi

¹⁰ Mahfudlah Fajrie, *Analisis Uses And Gratification dalam Menentukan Strategi Dakwah*, (Jepra : Islamic Review, UNISNU, 2015) Vol. IV no.1, hlm. 22-28

pertanyaan nantinya, mampukah motif tersebut terpenuhi setelah menonton media yang menjadi objeknya. Konsep pengukuran kepuasan ini ialah *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). *Gratification Sought* merupakan tujuan/motif yang mendorong seseorang mengkonsumsi media. Sedangkan *Gratification Obtained* ialah kepuasan khalayak setelah mengkonsumsi media tersebut. Perbedaan kepuasan antara keduanya yang akan menimbulkan kesenjangan dalam mengkonsumsi media tertentu.¹¹

Pada dasarnya teori asumsi dasar dari *uses and gratification* ini fokusnya ialah pada khalayak pengguna media. Keputusan untuk menggunakan dan tidak menggunakan media adalah atas kehendak khalayak sendiri. Berdasarkan pada teori tersebut kaitannya dengan dakwah adalah seseorang bebas memilih media mana yang akan digunakan untuk mengkonsumsi kebutuhan dakwah ataupun dalam menyebarkan dakwah.

2. Penelitian yang Relevan

- a. Penelitian Kadek Ari Setia Putra, Gede Wisnu Permana, Putu Yuna Sephiani dan Ni Komang Sutriyanti pada tahun 2021 sangat relevan dengan penelitian ini. Jurnal yang berjudul *Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Tiktok Sebagai Media Penurun Tingkat tres di Era Pandemi*. Persamaan skripsi ini dengan skripsi peneliti memiliki kesamaan objek penelitian yaitu tiktok. Bedanya, pada skripsi ini

¹¹ Eric Yuwono, *Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam menonton Program Verierty Show "Dahsyat" Di RCTI*, (Surabaya: Jurnal E-Komunikasi, 2013), Vol. 1, No. 1, hlm. 3

penelitiannya hanya di deskripsikan tanpa menguji hipotesis. Sedangkan pada penelitian penulis metode yang digunakan adalah perbandingan rata-rata motif dan kepuasan penonton tiktok dakwah yang dilakukan dengan uji paired t-test.¹²

- b. Penelitian Meifa Priscilia Lindaan, Ventje V. Rantung, dan Melsje Y. Memah yang berjudul *Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Industri Rumah Panggung Di Desa Tombasian Atas Kecamatan Kawangkoan Barat Kabupaten Minahasa tahun 2016*. Pada penelitian ini hasil akhirnya berupa indeks persepsi masyarakat yang sangat tinggi terhadap rumah panggung yaitu 91,91 persen. Terdapat kesamaan metodenya. Dimana sama-sama memakai skala Likert dengan data yang disajikan secara rinci yaitu satu pertanyaan satu tabel penjelasan. Sedangkan perbedaan penelitian terdapat pada objek dan subjek penelitian.¹³
- c. Penelitian Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida dengan judul *Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang tahun 2021*. Pada penelitian ini membahas tentang Tik Tok yang dijadikan media dakwah. Hasil dari penelitian ini banyak respon positif mengenai tiktok yang dijadikan media dakwah. Penelitian ini mempunyai kesamaan objek dengan peneliti

¹² Kadek Ari Setia Putra, dkk, *Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Tiktok Sebagai Media Penurun Tingkat tres di Era Pandemi*, (Bali: Widya Duta), vol.16, No.1 hlm. 67

¹³ Meifa Priscilia Lindaan, dkk, *Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Industri Rumah Panggung Di Desa Tombasian Atas Kecamatan Kawangkoan Barat Kabupaten Minahasa*, (UNSRAT : Agri-Sosio Ekonomi), Vol.12, No. 2A, hlm. 360

yaitu meneliti tentang tiktok yang dijadikan media dakwah. Namun, berbeda dalam segi metodenya. Penelitian ini memakai metode kualitatif dengan memahami secara mendalam gejala fakta atau realita yang terjadi. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.¹⁴

3. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan rancangan pemikiran yang sudah dirancang oleh peneliti sebelum melakukan penelitian. Manfaat dari kerangka berfikir ini adalah memberikan arah bagi proses riset dan terbentuknya kesamaan persepsi antar periset dan pembaca terhadap alur berfikir periset dalam rangka terbentuknya hipotesis secara logis.

Pada penelitian ini, peneliti mencari persepsi mahasiswa tentang tiktok yang dijadikan media dakwah. Berdakwah di Era modern membutuhkan strategi dalam berdakwah. Strategi yang paling sering digunakan untuk berdakwah di era modern yaitu dengan memanfaatkan media. Sudah banyak Da'i yang memanfaatkan dakwah melalui media. Beberapa contoh media yang digunakan untuk berdakwah adalah Facebook, Instagram dan Youtube. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan teori uses and gratification. Teori *uses and gratification* biasa digunakan untuk menganalisis kegiatan dakwah. Teori ini merupakan teori komunikasi masa yang berfokus pada pemanfaatan media. Peneliti menggunakan teori ini sebab dakwah merupakan bagian

¹⁴ Sholihatul Atik Hikmawati, Luluk Farida, *Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang*, (Malang: Al-Ittishol jurnal komunikasi dan penyiaran islam), Vol. 2, No.1, hlm. 9

dari komunikasi. Oleh karena itu, ada hubungan antara dakwah dan komunikasi massa, kesamaan dalam melakukan kegiatan komunikasi.

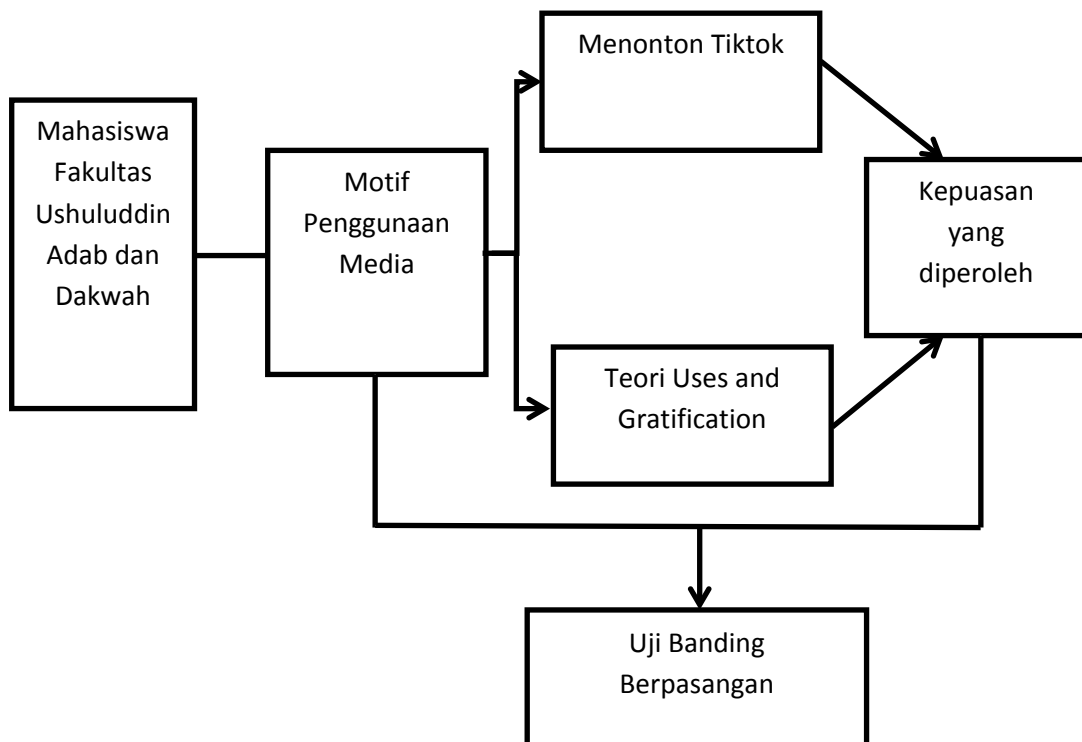
Teori *uses and gratification* menekankan khalayak itu aktif dalam memilih media untuk kebutuhannya. Khalayak mempunyai hak untuk memperlakukan media. teori *uses and gratification* ini menjadi kebalikan dari teori jarum hipodermik, yang lebih mementingkan perilaku masyarakat terhadap media daripada perilaku media terhadap masyarakat. Pada teori ini, khalayak mencoba mencari kepuasan tentang apa yang diharapkannya.

Pada penelitian ini media yang dipilih adalah tiktok. Dimana tiktok digunakan oleh sebagian orang untuk menyebarkan dakwah dan sebagian lain memilih untuk memanfaatkan tiktok sebagai pemenuhan akan kebutuhan asupan dakwah islam. Berbagai macam konten yang ada dalam aplikasi tiktok dipandang banyak yang negatif. Selain itu banyak motif seseorang menggunakan aplikasi tiktok. Kebanyakan orang menggunakan tiktok hanya sebagai hiburan semata. Namun, Dakwah islam dalam aplikasi tiktok hadir dengan menawarkan pesan atau informasi yang dibutuhkan khalayak akan kebutuhan dakwah. Dakwah yang dihadirkan dalam aplikasi tiktok menjadi terkesan tidak membosankan dan monoton lagi. Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui motif apa yang menjadikan seseorang menonton tiktok selain itu juga ingin mengetahui pengetahuan mereka tentang konten dakwah yang ada di tiktok. Tujuan dari pencarian motif khalayak menggunakan aplikasi tiktok ini digunakan

untuk mengetahui aplikasi tiktok lebih sering digunakan untuk motif apa saja. Sedangkan tujuan dari mencari pengetahuan tentang tiktok yang dijadikan media dakwah adalah harapan dan kepuasan apa yang mereka dapatkan sebelum dan setelah menonton tiktok. Hingga akhirnya, dari pencarian kepuasan ini akan diketahui bagaimana persepsi mahasiswa tentang tiktok dengan konten dakwah.

Persepsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah diperlukan untuk mencari tahu motif penggunaan media dalam mencari kepuasan dan kepuasan apa yang didapat nantinya. Jadi, penulis memilih memakai metode uji banding agtau pairt T-Test untuk menguji teori *uses and gratification*, yaitu bisa di gambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir



F. Hipotesis

Hipotesis adalah tanggapan sementara terhadap masalah yang ada. Hipotesis ini disusun sebelum melakukan penelitian. Tujuannya untuk memberi petunjuk pada tahap pengumpulan data dan analisa data.¹⁵ Ada dua asumsi dalam merumuskan hipotesis, Dalam menyusun hipotesis ada dua praduga yaitu H_a dan H_0 . H_a atau disebut hipotesis alternatif adalah hipotesis yang menyatakan ada hubungan antar variabel. Sedangkan H_0 menyatakan bahwa tidak ada hubungan antar variabel. Pada penelitian ini ada dua hipotesis yang tersusun, yaitu:

H_a : Adanya persepsi bahwa dakwah di tiktok memberi kepuasan

H_0 : Adanya persepsi bahwa dakwah di tiktok tidak memberi kepuasan

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif yaitu penelitian yang mengungkap data secara apa adanya. Pada penelitian ini data yang didapat nantinya akan dijabarkan atau di deskripsikan. Sedangkan pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Artinya, semua data diharuskan menggunakan angka. Jadi, penelitian ini bisa disimpulkan untuk meninjau, melihat, dan menggambarkan menggunakan angka objek yang diteliti dengan apa adanya sesuai fenomena yang tampak saat penelitian berlangsung dan mencari

¹⁵ Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014), hlm. 98.

kesimpulan dari hasil penelitiannya. Jenis penelitian ini berupa survey lapangan.

Penelitian ini dilakukan di FUAD IAIN Pekalongan dengan subjek Mahasiswa kampus. Langkah yang dilakukan adalah dengan menyebarkan angket kepada para mahasiswa. Angket yang dibuat berdasarkan skala likert. Skala likert ini biasanya digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi pada suatu penelitian. Skala likert menggunakan 5 jawaban yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

2. Variabel

Variabel merupakan objek dari suatu penelitian atau sesuatu yang jadi titik perhatian penelitian.¹⁶ Skripsi ini menggunakan dua variabel, diantaranya:

a. Variabel Independen

Variabel independen biasa disebut juga variabel bebas.

Variabel ini yang menjadi penyebab munculnya variabel dependen / terikat. Penelitian ini variabel independennya yaitu :

X = Gratification Sought

3. Variabel Dependen

Variabel dependen atau disebut variabel terikat ini merupakan variabel yang menjadi akibat dari variabel bebas. Variabel dependen penelitian ini yaitu :

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 161.

Y = Gratification Obtained

4. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek yang menjadi sumber penelitian. Penelitian ini mengambil populasi mahasiswa IAIN Pekalongan khususnya mahasiswa Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah. Berdasarkan data dari staf kemahasiswaan jumlah mahasiswa FUAD IAIN Pekalongan adalah sebagai berikut:

- a. Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir sebanyak 311 mahasiswa
- b. Tasawuf dan Psikoterapi sebanyak 123 mahasiswa
- c. Ilmu Hadist sebanyak 72 mahasiswa
- d. Manajemen Dakwah sebanyak 187 mahasiswa
- e. Bimbingan Penyuluhan Islam sebanyak 547 mahasiswa
- f. Komunikasi dan Penyiaran Islam sebanyak 593 mahasiswa

Jadi total keseluruhan mahasiswa FUAD IAIN Pekalongan sebanyak 1.833 mahasiswa.

5. Sampel

Sampel adalah bagian populasi yang menjadi objek penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto, apabila subjek kurang dari 100, lebih baik diambil untuk sampel semua. Namun, bila subjeknya besar bisa diambil 10-15% atau 20-25%.¹⁷ Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin Abad dan Dakwah IAIN Pekalongan. Peneliti mengambil sampel dari Fakultas tersebut sebab pada penelitian ini

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakti*, hlm. 134.

bertemakan dakwah dan FUAD merupakan satu-satunya Fakultas yang berembelan dakwah meskipun semua Fakultas IAIN Pekalongan berbasis islam. Skripsi ini memakai sampel sebesar 10% dari total populasi.

Perhitungan sampelnya yaitu:

$$n = N \times 10\%$$

$$n = 1833 \times 10\% = 183,3$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

Jadi, sampel jumlah mahasiswa yang akan menjadi sampel sebanyak 183 mahasiswa.

6. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Stratified Sampling*. Berikut adalah hasil pengambilan sampel :

Tabel 1.1 Pengambilan Sampel

Fakultas	Jurusan	Jumlah Mahasiswa	prosentasi	Jumlah sampel
Ushuluddin Adab dan Dakwah				
Mahasiswa Aktif	Komunikasi dan Penyiaran Islam	593	10%	59 Mahasiswa
	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir	311	10%	31 Mahasiswa

Tasawuf Psikoterapi	123	10%	12 Mahasiswa
Ilmu Hadist	72	10%	7 Mahasiswa
Manajemen Dakwah	187	10%	19 Mahasiswa
Bimbingan Penyuluhan Islam	547	10%	55 Mahasiswa
Total	1833	10%	183 Mahasiswa

7. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu merubah data yang didapat dari lapangan menjadi data yang berberbentuk angka. Data yang dihasilkan dari lapangan sebelumnya telah dipersiapkan oleh peneliti. Jadi, pada penelitian kuantitatif rencana penelitian sudah dibuat kerangka secara detail dan matang sebelum penelitian dimulai. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

a. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dihasilkan langsung dari masyarakat. Teknik pengumpulannya berupa kuesioner. Kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan yang sudah

disusun dengan serangkaian pernyataan. Kuesioner ini biasa disebut dengan angket. Pernyataan pada kuesioner dibuat secara rinci yang disajikan beserta jawabannya langsung. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dimana jawaban unit analisisnya dibatasi sehingga memudahkan perhitungan nantinya. Angket pada penelitian ini menggunakan teori skala likert. Dimana setiap pertanyaan sudah tersedia jawabannya, sehingga responden hanya tinggal mencocokkan jawabannya saja. Selanjutnya angket akan dibagikan kepada mahasiswa yang digunakan untuk mencari data persepsi mahasiswa terhadap tiktok sebagai media dakwah.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah tersedia dan dipublikasikan. Data sekunder penelitian ini berupa kepustakaan sebagai data pendukung seperti data yang bersumber dari internet, buku, penelitian terdahulu, dan lain sebagainya.

b. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji instrumen pertanyaan. uji validitas dilakukan untuk mengetahui kevalidan suatu instrumen pertanyaan. Uji validitas penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16. Dimana akan ada 22

butir pertanyaan yang nantinya akan diuji kevalidannya. Untuk mengetahui valid tidaknya suatu item pertanyaan yaitu dengan membandingkan hasil r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $>$ dari r tabel maka instrumen pertanyaan dinyatakan valid. Namun, kebalikannya jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan uji alpha cronbach. Uji alpha cronbach ini biasanya dilakukan untuk instrumen yang memiliki jawaban benar lebih dari satu seperti angket atau kuesioner.¹⁸ Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan bantuan program SPSS 16.

Rumus Alfa Cronbach jika dihitung secara manual :

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

r_i = koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

k = jumlah item soal

$\sum s_i^2$ = jumlah varians skor tiap item

s_t^2 = varians total

Rumus varians item dan varians total,

¹⁸ Febrianawati Yusup, Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif, (Banjarmasin : Jurnal Tarbiah dan Jurnal Ilmiah Kependidikan, 2018), vol. 7, No. 1, hlm. 20

$$s_i^2 = \frac{JK_i}{n} - \frac{JK_s}{n^2}$$

$$s_t^2 = \frac{\sum X_t^2}{n} - \frac{(\sum X_t)^2}{n^2}$$

Keterangan :

s_i^2 = varians tiap item

JK_i = jumlah kuadrat seluruh skor item

JK_s = jumlah kuadrat subjek

n = jumlah responden

s_t^2 = varians total

X_t = skor total

3) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul berdistribusi normal ataupun tidak normal. Tes ini menentukan teknik statistik apa yang akan digunakan dalam mengambil keputusan. Pengujian normalitas penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolomogorov Smirnov, sebagai dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- a) Probabilitas Sig. > 0.05, maka H_0 diterima berarti tidak ada perbedaan antara destribusi data dengan distribusi normal.

b) Probabilitas Sig. < 0.05, maka H_0 ditolak. Berarti ada perbedaan antara distribusi data dengan distribusi normal.

4) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan secara linear antara variabel dependen dan variabel independen. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 0.16. hasil uji linearitas dapat diketahui dengan membandingkan nilai signifikansi dari Deviation from Linearity dengan nilai alpha (0,05). Jika nilai Deviation from Linearity > alpha (0,05) maka nilai tersebut linear dan sebaliknya.¹⁹

5) Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui data yang di dapatkan dari dua kelompok memiliki varian yang homogen atau tidak homogen. Rumus uji homogenitas adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{Varians Terbesar}}{\text{Varians Terkecil}}$$

Pengambilan keputusan uji homogenitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka kedua kelompok

¹⁹ Djazari, dkk, "Pengaruh Sikap Menghindari Resiko Sharing dan Knowledge Self-Efficacy Terhadap Informal Knowledge Sharing Pada Mahasiswa Fise UNY", Yogyakarta : Jurnal Nominal, vol. 2, no.2, hlm. 195

memiliki varian yang homogen. Sebaliknya jika hasilnya kurang dari 0.05 maka hasilnya kedua varian tidak homogen.²⁰

6) Paired Sample T Test

Paired Sample T-test atau disebut juga uji banding berpasangan adalah pengujian terhadap sebuah kelompok sampel yang sama namun dilakukan perlakuan yang tidak sama. Uji t-test ini akan dilakukan menggunakan SPSS 16.0.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a) $T_{hitung} > T_{tabel}$ = Perbedaan secara signifikan (H_0 Ditolak)
- b) $T_{hitung} < T_{tabel}$ = Tidak Berbeda secara signifikan (H_0 Diterima)

H. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan, menjadi bab pertama yang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka dan metode penelitian. Dimana pada bab ini akan dipaparkan pula alasan peneliti memilih judul tersebut disertai penelitian yang dahulu serta relevan dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

BAB II Landasan Teori, bab ini berisi tentang uraian teoritis variabel pada penelitian. Teoritis pada penelitian ini mencakup penjelasan tentang persepsi, tiktok dan dakwah.

²⁰ Wan Mursalin, dkk, “*Pengaruh Penggunaan Model Pembelajaran Children Learning In Science Terhadap Hasil Belajar IPS Terpadu Di SMP Negeri 1 Meureudu Kabupaten Pidie Jaya Tahun Ajaran 2015/2016*”, Banda Aceh : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Geografi FKIP Unsyiah, vol. 1, Nomer. 2, hal. 136.

BAB III Hasil Penelitian, pada bab ini akan dijabarkan hasil dari penelitian yang penulis dapatkan dari lapangan. Data-data yang dihasilkan berupa angket dan wawancara. Semua data di deskripsikan secara mentah per indikator.

BAB IV Analisis Penelitian, bab ini menjelaskan hasil penelitian secara keseluruhan berupa angka-angka yang kemudian dijelaskan dengan kata-kata. Pada bab ini akan ditemukan hasil penelitian dari permasalahan yang diteliti.

BAB V Penutup, bab ini berisi simpulan dan saran. Simpulan dipaparkan bukan seperti rangkuman, melainkan hasil penelitian yang dikemukakan pada pendahuluan. Sedangkan saran pada bab ini diperlukan untuk disampaikan kepada pembaca.

Daftar Pustaka

Lampiran

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian dikatakan valid karena semua instrumen yang di uji validitas menunjukkan nilai yang valid. Penelitian ini juga reliabel karena butir-butir pertanyaannya mampu digunakan untuk penelitian. Dalam skripsi ini menunjukkan kepuasan responden terhadap konten dakwah di aplikasi tiktok. hal ini ditunjukkan dengan nilai kepuasan yang lebih tinggi dari harapan yang diinginkan atau $GS < GO$.

Motif pengawasan (informasi) dan motif identitas pribadi menjadi motif dengan range kepuasan tertinggi. Pada motif pengawasan (informasi), responden merasa puas karena mendapatkan informasi seputar agama. Sedangkan pada motif identitas pribadi, responden merasa setelah menonton konten dakwah di aplikasi tiktok merasa bahwa dirinya menjadi lebih baik lagi sifat maupun perilakunya.

Motif pengalihan (hiburan) berada dirange sedang. Hal ini karena tidak semua responden merasa mendapatkan ketenangan batin setelah menonton dakwah di tiktok. namun, sebagian besar responden merasa puas dengan konten dakwah yang ada ditiktok dan measa mendapatkan ketenangan batin. Sedangkan motif hubungan personal tidak mampu memuaskan harapan responden. Dimana responden berharap mampu menjadikan materi dakwah yang didapat di tiktok sebagai bahan pembicaraan sehari-hari ternyata tidak puas setelah menonton dakwah di aplikasi tiktok.

Pada penelitian ini, terlihat kepuasan yang didapat lebih besar dari kepuasan yang diinginkan. Hal ini terbukti pada uji paired t-test dimana hasil t hitung $>$ dari t tabel. Maka, dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dapat diartikan bahwa $G_O > G_S$ atau adanya kepuasan yang terpenuhi dari keinginan yang diharapkan.

B. Saran

Diharapkan para pembuat konten dakwah di tiktok untuk lebih kreatif lagi agar semua motif dapat terpenuhi terutama motif hubungan personal yaitu bagaimana dakwah yang ada di tiktok dapat dijadikan sebagai bahan percakapan sehari-hari. Selain itu, pembuatan konten yang kreatif akan menjadikan tiktok aplikasi yang diminati untuk mencari dakwah. Sehingga tiktok tidak dipandang sebagai aplikasi yang negatif lagi. Para Da'i ditiktok juga diharapkan mampu mencantumkan referensi ayat suci ataupun hadist yang shohih dalam dakwahnya. Agar tidak diragukan lagi dakwah tersebut. Selain itu, untuk para pengguna tiktok diharapkan mampu memilah dan memilih konten yang ada di tiktok. sedangkan, bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu untuk lebih mengembangkan pengetahuan mengenai kepuasan konten dakwah ditiktok ataupun di aplikasi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. 2000. *Hadis-hadis tentang Media Dakwah*. Banten: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin
- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. 2020. *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*. Surabaya: Jurnal Komunikasi. Vol. 14 No. 2
- Adhitama, Septyan Wahyu. 2016. *Persepsi Siswa Kelas VIII Terhadap Pembelajaran Aktivitas Air Di SMP Negeri 2 Klaten*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Atik Hikmawati, Sholihatul dan Farida, Luluk. *Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang*. Malang : Al-Ittishol. vol 2 no.5
- Cangara, Hafied. 2000. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press
- Damayanti, Trie dan Gemiharto, Ilham. 2010. *Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagi Video Bagi Anak-anak Di Bawah Umur Di Indonesia*. Padjajaran : Communication. Vol.10 No. 1.
- Dennis, McQuail. 1997. *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta : Erlangga

- Departemen Agama RI. 2005. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Jumanatul Ali
- Deriyanto, Demmy dan Qorib, Fathul. 2018. *Persepsi mahasiswa universitas tribuana tunggadewi malang terhadap penggunaan aplikasi tiktok*. Malang : Jurnal ilmu sosial dan ilmu politik. Vol. 7 No. 2
- Djazari, dkk. 2013. *Pengaruh Sikap Menghindari Resiko Sharing dan Knowledge Self-Efficacy Terhadap Informal Knowlwdge Sharing Pada Mahasiswa Fise UNY*", Yogyakarta : Jurnal Nominal, vol. 2, no.2
- Efendi, Agus, Astuti, Puwani Indri dan Rahayu, Nuryani Tri. 2017. *Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo*. Sukoharjo: Jurnal Penelitian Humaniora. vol. 18 no. 2
- Eka Ardhana, Sudirman. "Tiktok" *Media Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19*, *Warta Kebangsaan Nusantara dan Dunia*, diakses tanggal 10-12 Juli 2021, Berita Online, <https://www.perwara.com/2021/tiktok-media-dakwah-di-masa-pandemi-covid-19/>
- Enjang AS. 2009. *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Widya Padjajaran
- Fajrie, Mahfudlah. 2015. *Analisis Uses And Gratification dalam Menentukan Strategi Dakwah*, (Jepara : Islamic Review, UNISNU, 2015) Vol. IV no.1
- Getur pramesti. 2016. *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi Dengan SPSS 23*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Vol. 8 No.1

- Hafidhuddin, Didin. 2008. *Panduan Praktis Tentang Zakat, infak, dan Sedekah*, Jakarta: Gema Insani
- Hamzah, Ya'qub. 1992. *Etos Kerja Islam*. Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya
- Hasyim Syam, Yunus. 2017. *Manajemen Dakwah*. Yogyakarta: Panji Pustaka.
- Hulukati, Wenny dan Djibran, Moh. Rizki. *Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo*. Gorontalo: Jurnal Bikotetik vol. 2 no. 1.
- Ilahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Irzum Fariyah. 2013. *Media Dakwah POP*. Kudus : AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 1 no.2
- J. Severin, Werner dan W. Tankard, Jr, Jemes. 2005. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terpaan di Dalam Media Mass*. Jakarta: Kencana
- Katsir, Ibnu. 2003. *Tafsir Ibnu Katsir*. Bogor: Pusaka Imam Syafi'i
- Listyana, Rohmaul dan Hartono, Yudi. 2015. *Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013)*. Magetan : Jurnal Agastya, Vol. 5. No. 1
- Listyana, Rohmaul dan Hartono, Yudi. 2015. *Persepsi dan Sikap Masyarakat terhadap Penanggalan Jawa dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013)*. Madiun: Jurnal Agastya vol. 5 no.1

- Meifa Priscilia Lindaan, dkk. 2016. *Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Industri Rumah Panggung Di Desa Tombasian Atas Kecamatan Kawangkoan Barat Kabupaten Minahasa*. (UNSRAT : Agri-Sosio Ekonomi). Vol.12, No. 2A
- Mufid, Muhammad . 2010. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta : Kencana.
- Nugraha Aji, Wisnu. *Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Asing dan Sastra*. Indonesia. ISBN: 978-602-6779-21-2
- Pimay, Awaluddin. 2006. *Metodelogi Dakwah*, Semarang : Rasail
- Puteh, Jakfar dan Saifullah. 2006. *Dakwah Tekstual dan Kontekstual*. Yogyakarta: AK Group
- Rachmat, Kriyantono. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada Media Group
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ristya Widi E. 2011. Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Epimiologi Kedokteran Gigi. Jember : Stomatognatic (J.K.G. Unej). Vol. 8, No. 1
- Rohmah, Nurliya Ni'matul. 2020. *Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)*. (Mataram : Al-I'lam, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam). Vol.4. No. 1
- Samsul Munir, Amir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah

- Santoso, Bobby Rachman, Baroroh, umul dan Abdullah, Asep Dadang. 2015. *Surat Sebagai Media Dakwah: Studi Atas Praktek Dakwah Rasulullah SAW Terhadap Raja Heraclius, Kisra Abrawaiz, Muqouqis dan Najasyi*. Semarang : Jurnal Ilmu Dakwah UIN Walisongo. vol. 35 no. 1
- Sayyid Al-Wakil, Muhammad. 2002. *Prinsip dan Kode Etik Dakwah*, Jakarta : Akademika Pressindo
- Setia Putra, Kadek Ari, dkk. 2021. *Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Tiktok Sebagai Media Penurun Tingkat tres di Era Pandemi*. Bali: Widya Duta. Vol 16, no. 1
- Sholihatul Atik Hikmawati, Luluk Farida. 2021. *Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang*. (Malang: Al-Ittishol jurnal komunikasi dan penyiaran islam). Vol. 2, No.1
- Subiakto, Hendry. 2000. *Hand-out Penelitian Agenda Setting dan Uses and Gratifications*. Surabaya : Fisip Unair
- Sumanto. *Psikologi Umum*. Yogyakarta: CAPS)
- Suprpto Arifin, Hadi, dkk. 2017. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa UNTIRTA Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang*, Bandung : Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 21 No.1
- Susilana, Rudin dan Riyana, Cepi. 2009. *Media Pembelajaran : Hakikat, Pengembangan, Pemanfaatan, dan Penelitian*. Bandung: CV. Wacana Prima

- Syahrum dan Salim. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlâs
- W.Littlejohn, Stephen dan A Foss, Karen. 2011. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Erlangga
- Wahidin Saputra. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Mursalin, Wan, dkk. 2016. *Pengaruh Penggunaan Model Pembelajaran Children Learning In Science Terhadap Hasil Belajar IPS Terpadu Di SMP Negeri 1 Meureudu Kabupaten Pidie Jaya Tahun Ajaran 2015/2016*, Banda Aceh : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Geografi FKIP Unsyiah. vol. 1. Nomer. 2
- Winaeso dan Herupuji. *Sosiologi Komunikasi Massa*, Jakarta : Prestasi Pusaka
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia group
- Yusup, Febrianawat. 2018. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. Banjarmasin : Jurnal Tarbiah dan Jurnal Ilmiah Kependidikan. vol. 7. No. 1
- Yuwono, Eric. 2013. *Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Verierty Show "Dahsyat" Di RCTI*. Surabaya: Jurnal E-Komunikasi. Vol. 1. No. 1