

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP APLIKASI *WEBTOON*
SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(Studi pada Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan
Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman
Wahid Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

FAJAR SETYORINI

NIM. 3418114

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN
WAHID PEKALONGAN**

2025

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP APLIKASI *WEBTOON*
SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(Studi pada Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan
Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman
Wahid Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

FAJAR SETYORINI

NIM. 3418114

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN
WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fajar Setyorini

NIM : 3418114

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP APLIKASI WEBTOON SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 2 Juli 2025

Yang Menyatakan,



FAJAR SETYORINI

NIM. 3418114

NOTA PEMBIMBING

Mukoyimah, M.Sos

Perum Graha Tirta Asri Jl. Bougenville 1 RT. 01 RW. 04 Tanjung Tirta

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Fajar Setyorini

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Program Studi 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 : Fajar Setyorini

NIM : 3418114

Judul : **PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP APLIKASI
WEBTOON SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI PADA
MAHASISWA PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN
PENYIARAN ISLAM UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN)**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 30 Juni 2025
Pembimbing



Mukoyimah M.Sos.

NIP. 199206202019032016



PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **FAJAR SETYORINI**
NIM : **3418114**
Judul Skripsi : **PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP APLIKASI
WEBTOON SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI K.H ABDURRAHMAN
WAHID PEKALONGAN)**

yang telah diujikan pada Hari Kamis, 10 Juli 2025 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

Dimas Prasetya, M.A
NIP. 198911152020121006

Penguji II

Lia Afiani, M.Hum
NIP. 198704192019032008

Pekalongan, 17 Juli 2025

Disahkan Oleh

Dekan



Dr. Tri Astutik Haryati., M.Ag. 9
NIP. 197411182000032001

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 kedalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap kedalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah 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	Sa	š	es (dengantitik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	ʿ	Koma terbalik (di atas)
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	VokalRangkap	VokalPanjang
أ=ا		أ= ā
إ= i	أى= ai	إي= ī
أ=u	أو= au	أ= ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة ditulis *fāṭimah*

4. *Syaddad* (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddad* tersebut. Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البرر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

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

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badī'*

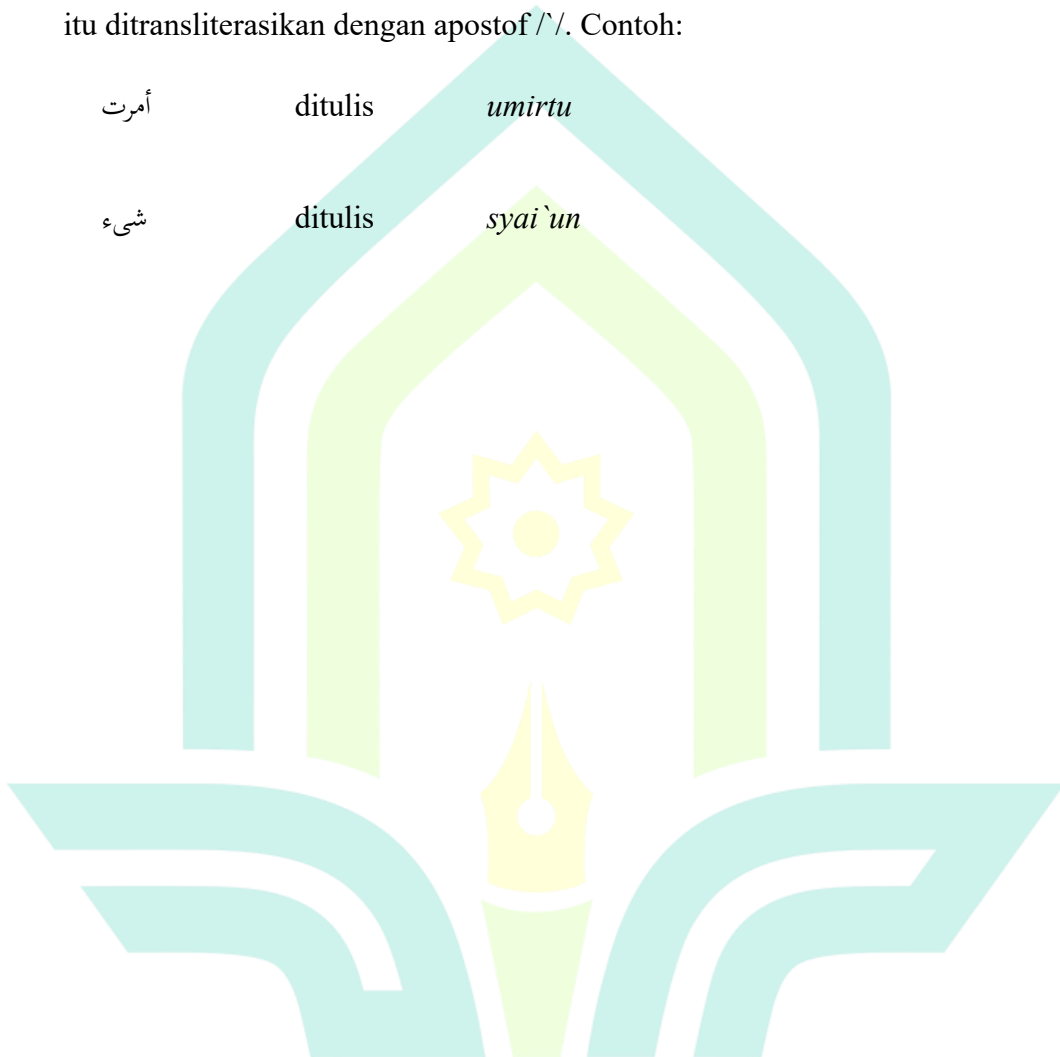
الجلال ditulis *al-jalāl*

6. 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:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai`un*



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Swt. atas rahmat, karunia, dan kekuatan yang tiada henti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan penuh rasa syukur, karya ini kupersembahkan kepada:

1. Terima kasih kepada Allah SWT, yang selalu memberikan jalan dalam setiap kesulitan, kekuatan dalam kelemahan, dan ketenangan dalam kelelahan.
2. Terima kasih kepada Nabi Muhammad SAW, teladan dalam dakwah dan akhlak, semoga shalawat dan salam senantiasa tercurah untuk beliau dan keluarganya.
3. Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, yang dengan sabar dan tulus mendoakan dan mendukung setiap langkahku. Terima kasih atas cinta yang tak pernah habis, dan semangat yang selalu kalian berikan tanpa diminta.
4. Terima kasih kepada Nina Mir'atus dan M. Dirgham Haidar adik saya tercinta, yang hadir sebagai motivasi dan pelipur lara di tengah perjuangan.
5. Terima kasih kepada keluarga besar, yang selalu memberi dorongan dan doa dalam diam maupun nyata.
6. Terima kasih kepada Dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan kesabaran dalam membimbing proses penyusunan skripsi ini.

7. Para dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah membekali penulis dengan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman kuliah dan teman kerja di Cambridge International Preschool, yang telah menjadi bagian dari cerita panjang perjuangan ini.
9. Terima kasih untuk M.S, yang dengan sabar menemani dan mendukung selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada Salma, Dimas, Royhan, Fani, yang selalu memberikan semangat dan kebersamaan hingga sampai pada akhir penyusunan skripsi.
11. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu mendukung dan mendo'akan penulis hingga menyelesaikan diri sendiri.
12. Terima kasih kepada diriku sendiri, yang telah berjuang melewati proses ini dengan segala keterbatasan, rasa lelah, dan ketidaksempurnaan. Terima kasih karena tidak menyerah. Skripsi ini adalah bukti bahwa dengan niat baik, doa, dan usaha yang terus dijaga, segala yang sulit pun akan menemukan jalannya.

MOTTO

Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi ketakutan yang membuat kita sulit.

(Ali Bin Abi Thalib)



ABSTRAK

Fajar Setyorini, (3418114), 2025, “Persepsi Mahasiswa Terhadap Aplikasi *Webtoon* Sebagai Sebagai Media Dakwah”. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
Pembimbing : Mukoyimah M.Sos.

Kata Kunci: *Webtoon*, Dakwah, Media Dakwah, Persepsi Mahasiswa.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini dapat dimanfaatkan secara luas untuk penyebaran informasi, termasuk penyebaran dakwah Islam. Media dakwah kini tidak lagi terbatas pada televisi, radio, film, atau media cetak, tetapi telah merambah ke media digital seperti internet dan *smartphone*. Salah satu *platform* digital yang banyak diakses melalui *smartphone* adalah *Webtoon*. Dalam konteks ini, *Webtoon* juga dimanfaatkan sebagai media alternatif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Fenomena ini mendorong peneliti untuk mengkaji pemaknaan dan tanggapan mahasiswa terhadap *Webtoon* sebagai media dakwah dengan pendekatan teori persepsi.

Teori persepsi menjelaskan bagaimana individu memberikan makna terhadap stimulus berdasarkan pengalaman, perhatian, serta latar belakang sosial dan budaya mereka. Persepsi bukanlah tanggapan pasif terhadap lingkungan, tetapi merupakan proses aktif dalam menafsirkan informasi yang diterima melalui pancaindra. Berdasarkan teori ini, individu dapat memaknai sebuah pesan dakwah secara berbeda tergantung pada kondisi psikologis dan konteks sosial mereka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada mahasiswa yang merupakan pengguna aktif aplikasi *Webtoon*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap *Webtoon* sebagai media dakwah. Mahasiswa menilai bahwa *Webtoon* dapat menyampaikan pesan agama secara halus, tidak menggurui, dan dikemas dalam cerita yang dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam *Webtoon* dinilai mudah dipahami dan menyentuh aspek emosional pembaca. Mahasiswa merasa bahwa *Webtoon* mampu menghadirkan refleksi spiritual melalui karakter dan alur cerita yang relevan dengan realitas mereka. *Webtoon* juga dianggap efektif karena mudah diakses, fleksibel dari segi waktu, dan mampu membangun kesadaran religius secara komunikatif. Oleh karena itu, berdasarkan teori persepsi, *Webtoon* dapat dikategorikan sebagai media dakwah yang kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan generasi digital saat ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil alamin, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP APLIKASI *WEBTOON* SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Ushuluddin Adab, dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai bentuk kontribusi akademik dalam melihat dinamika perkembangan dakwah di era digital, khususnya melalui *platform Webtoon* yang semakin diminati oleh generasi muda. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Tri Astutik Haryati., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ibu Mukoyimah M.Sos, selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, dan selaku pembimbing yang dengan sabar telah membimbing,

memberikan arahan, dan koreksi dalam proses penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Dimas Prasetya, M.A., selaku sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A., selaku wali dosen penulis.
6. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama masa studi.
7. Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat serta dukungan moral maupun materil selama masa kuliah hingga penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan di KPI angkatan 2018, yang menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang turut membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya dalam pengembangan dakwah kreatif di era digital. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amiin...

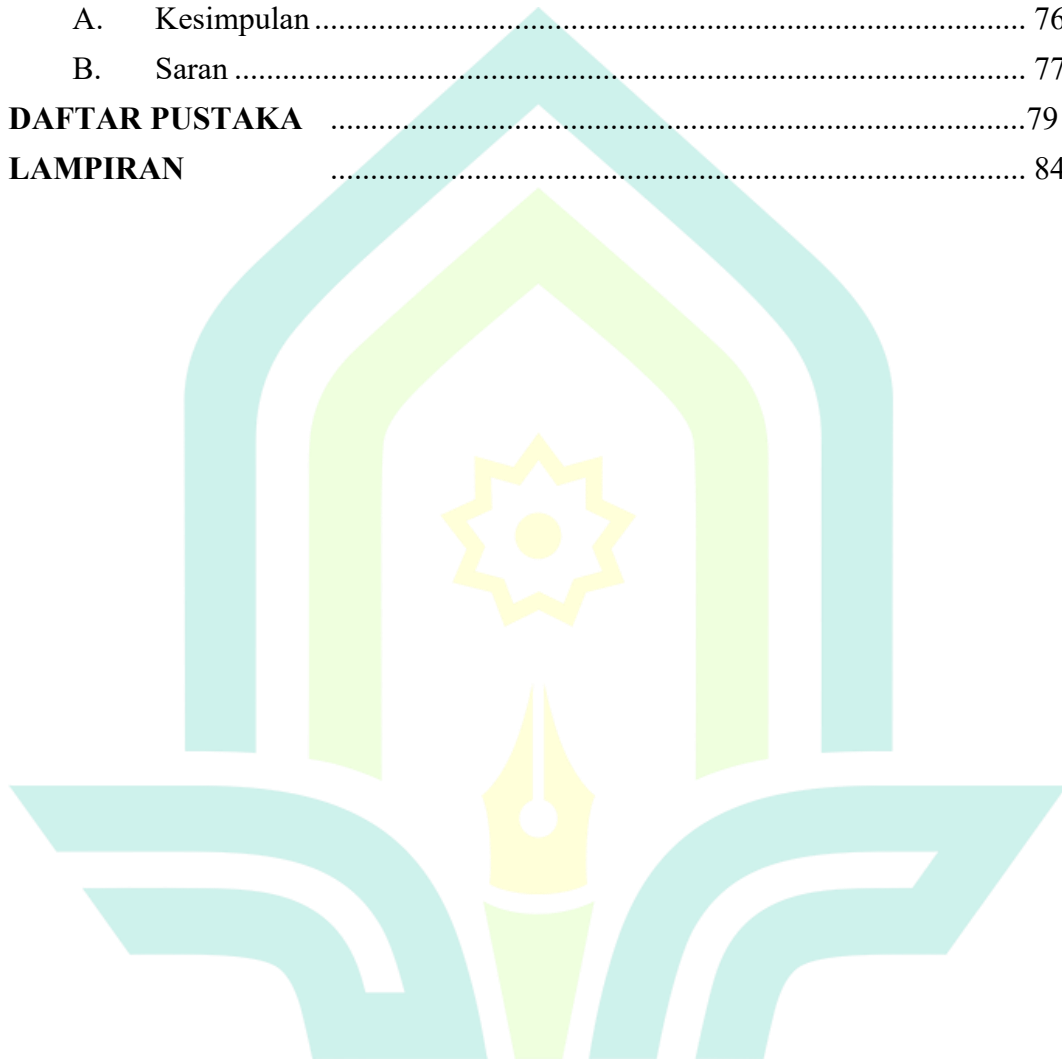
Pekalongan, 2 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	x
MOTTO	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka.....	5
F. Penelitian Relevan	11
G. Kerangka Berfikir	14
H. Metode Penelitian	16
I. Sistematika Penulisan	23
BAB II.....	25
TEORI PERSEPSI, <i>WEBTOON</i>, MEDIA DAKWAH, DAN EFEKTIVITAS DAKWAH	25
A. Teori Persepsi	25
B. <i>Webtoon</i>	30
C. Media Dakwah.....	36
D. Efektivitas Media Dakwah.....	50
BAB III	56
PROFIL MAHASISWA PRODI KPI DAN <i>WEBTOON</i> SEBAGAI MEDIA DAKWAH.....	56
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
B. Efektivitas <i>Webtoon</i> Sebagai Media Dakwah.....	58

BAB IV	69
ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA PRODI KPI TERHADAP WEBTOON SEBAGAI MEDIA DAKWAH	69
A. Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Aplikasi <i>Webtoon</i> Sebagai Media Dakwah	69
BAB V.....	76
PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	84



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama terakhir yang diturunkan oleh Allah SWT kepada Nabi Agung Muhammad SAW sebagai pelengkap dari agama-agama sebelumnya. Penyebaran agama Islam dapat dikatakan sangat cepat dengan sasaran yang luas. Keberhasilan Islam dalam melebarkan sayapnya tidak terlepas dari peran Rasulullah S.A.W. Pada masanya Rasulullah dalam menyampaikan dakwah Islam menggunakan berbagai macam strategi serta media dakwah sebagai pendukung dalam dakwahnya. Media dakwah yang digunakan Rasulullah pada waktu itu yaitu salah satunya dengan media surat. Surat tersebut merupakan salah satu media dakwah yang berbentuk tulisan untuk mengajak kaum tertentu beriman. Rasulullah juga menggunakan media surat untuk mengajak para penguasa-penguasa non-muslim pada zamannya untuk memeluk agama Islam. Jadi, media dakwah bukanlah hal yang baru didalam dunia dakwah, sebab Rasulullah sendiri sebagai *agent of change* yang mengenalkan media dakwah kepada para umatnya.¹ Pada era globalisasi seperti saat ini, dunia dihadapkan dengan cepatnya perkembangan arus teknologi dan informasi. Kemunculan era tersebut telah berdampak pada kehidupan sehari-hari.

¹ Bobby Rachman Santoso, Umul Baroroh, and Asep Dadang Abdullah, "SURAT SEBAGAI MEDIA DAKWAH: Studi Atas Praktek Dakwah Rasulullah Saw Terhadap Raja Heraclius, Kisra Abrawaiz, Muqouqis, Dan Najasyi," *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 1 (2015): 118–38.

Saat ini, nyaris tidak ada lagi batasan bagi manusia dalam berkomunikasi, mereka dapat berkomunikasi kapan saja dan di mana saja. Oleh karena itu dengan adanya perkembangan teknologi seperti saat ini menyebabkan banyak perubahan. Salah satu perubahan yang terjadi yaitu dalam penggunaan media komunikasi untuk penyebaran dakwah.²

Perkembangan teknologi yang sangat pesat dapat dengan mudah dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan pesan dakwah Islam. Penyebaran tersebut dapat dilakukan *via* televisi, radio, film, media cetak, internet maupun *smartphone*.³ Salah satu *platform* yang dapat diakses melalui *smartphone* adalah *Webtoon*. *Webtoon* yang juga dikenal sebagai komik online berasal dari Korea Selatan yang diluncurkan oleh *Naver Corporation* pada tahun 2004. Layanan ini dikenal sebagai *Naver Webtoon* dalam versi Korea. Kemudian pada 2 Juli 2014, situs web dan aplikasi *Webtoon* ini mulai diluncurkan di seluruh dunia. Dalam setiap negara memiliki layanan bahasa tersendiri. Sedangkan untuk layanan bahasa Indonesia dirilis pada bulan April tahun 2015.⁴

Menurut hasil observasi sementara, tingkat literasi masyarakat Indonesia berada di peringkat 63 dari 70 negara, hal ini disampaikan oleh *Programme For International Student Assessment/PISA*. Selanjutnya menurut UNESCO bahwa minat baca masyarakat Indonesia hanya 0,001%

² Wahyudi, Setyo Hendro, and Mita Puspita Sukmasari, "Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat," *Jurnal Analisa Sosiologi* 3, no. (1) (2018): 13,

³ Yeni Mariska, "Webtoon Sebagai Media Dakwah Dalam Budaya Populer (Studi Pada Webtoon Ngopi Yuk)," 2020, 1.

⁴ "Webtoon," Wikipedia, n.d., [https://id.wikipedia.org/wiki/Webtoon_\(penerbit\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Webtoon_(penerbit)). Diakses pada 7 Desember 2022 pukul 15.20.

artinya dari seribu orang Indonesia hanya satu orang yang gemar membaca. Dalam riset tajuk *World's Most Literate Nations Ranked* yang dilakukan oleh *Connecticut State University* beberapa tahun yang lalu pada tahun 2016, Indonesia menduduki peringkat ke 60 dari 61 negara dengan tingkat literasi yang rendah. Data ini menunjukkan bahwa Indonesia tertinggal jauh oleh beberapa negara lainnya dalam hal minat baca.⁵

Dengan demikian tingkat keefektifitasan aplikasi *Webtoon* masih diragukan. Senada yang disampaikan oleh Qurrotul Uyun bahwa aplikasi *Webtoon* terdapat gambar yang mengarah ke arah negatif ketika membaca komik yang bergenre romance. Melihat gambaran fakta tersebut, maka penggunaan media bisa menjadi hal yang positif maupun negatif. Dalam hal ini, adanya penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Berbagai media dapat digunakan dalam pelaksanaan dakwah, salah satunya komik. Komik merupakan media yang digunakan untuk mengkespresikan ide dengan gambar, sering dikombinasikan dengan teks atau informasi visual. Oleh karena itu komik juga dapat digunakan sebagai salah satu media dakwah. Melalui komik, pesan-pesan dakwah dapat direalisasikan dengan visual yang menarik. Selain itu, seiring berkembangnya teknologi, komik pada saat ini dapat dengan mudah diakses di *Smartphone*.⁶

Aplikasi *Webtoon* ini juga telah menjadi aplikasi yang banyak

⁵ Azmi Rizky Anisa , Ala Aprila Ipungkarti, dan Kayla Nur Saffanah, “Pengaruh Kurangnya Literasi Serta Kemampuan Dalam Berpikir Kritis Yang Masih Rendah Dalam Pendidikan Di Indonesia” 01 No. 01 (2021): 9.

⁶ “Komik,” Wikipedia, n.d., <https://id.wikipedia.org/wiki/Komik>. Di akses pada 7 Desember 2022 pukul 15.20.

diketahui oleh masyarakat ataupun kalangan mahasiswa karena ratingnya yang tinggi, sehingga persepsi atau tanggapan mahasiswa mengenai *Webtoon* sebagai salah satu media dakwah juga beragam dan mempunyai pemikiran masing-masing, maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dalam suatu karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Aplikasi *Webtoon* Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dijelaskan, kemudian *dibreakdown* menjadi sebuah pertanyaan penelitian :

1. Bagaimana persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid terhadap aplikasi *Webtoon* sebagai media dakwah?
2. Bagaimana efektivitas aplikasi *Webtoon* sebagai media dakwah dalam persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap aplikasi *Webtoon* sebagai media dakwah.
2. Untuk mengetahui efektivitas aplikasi *Webtoon* sebagai media dakwah.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini berikut merupakan beberapa manfaat yang dapat diberikan kepada pembaca, adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Hasil riset penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan penelitian lain dan sumber informasi terutama di bidang dakwah dan komunikasi. Serta menambah wawasan mengenai aplikasi *Webtoon* sebagai media dakwah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pijakan kepada pembaca dan dapat memberikan gambaran mengenai dakwah terutama dakwah melalui media.

E. Tinjauan Pustaka

1. Deskripsi Teori

A. Persepsi

Persepsi merupakan sebuah proses ketika kita mempersepsikan suatu benda ataupun peristiwa yang ada pada lingkungan sekitar melalui indera, peraba, penciuman, penglihatan, serta pengecapan menurut Joseph A. Devito yang dikutip oleh Faizah Muchsin. Selain itu, Persepsi juga mencakup pengalaman terhadap peristiwa, objek serta hubungan yang didapatkan dengan cara meringkas informasi serta menganalisis pesan dan memahami sensasi sehingga manusia

mendapatkan pengetahuan yang baru.⁷ Achmad Mubarak berkata bahwa persepsi merupakan proses menafsirkan cerapan sehingga manusia mendapatkan ilmu yang baru, dan penglihatan secara keseluruhan di sertai kesadaran, sedangkan objek dan subjeknya belum berbeda dengan yang lainnya.⁸

Persepsi merupakan sebuah aspek psikologis yang memiliki peran penting untuk manusia ketika bereaksi terhadap beberapa aspek dan gejalayang ada disekitar. Persepsi memiliki definisi yang amat luas, yang berhubungan dengan internal dan eksternal. Beberapa pakar memiliki pengertian bermacam terhadap persepsi, meskipun prinsipnya memiliki arti paraf yang sama. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, persepsi yaitu penerimaan atau tanggapan langsung terhadap sesuatu. Proses dimana seseorang mengalami banyak hal yang dilalui oleh panca indera.

Setiap individu memiliki kecenderungan dengan cara yang berbeda-beda dalam melihat benda yang sama. Pengetahuan, pengalaman dan sudut pandang merupakan faktor yang mempengaruhinya. Persepsi juga berhubungan dengan pandangan seseorang pada sebuah objek tertentu dengan cara yang berbeda dengan memakai alat indera yang dipunyai, lalu mencoba untuk mengartikannya. Dari deskripsi tersebut, dapat diambil persamaan

151 ⁷ Faizah Muchsin, Psikologi Dakwah, Cet. 3 (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), hlm.

⁸ Achmad Mubarak, Psikologi Dakwah. (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997), hlm. 109

pendapat bahwa persepsi adalah suatu dari reaksi-reaksi yang terlihat ke dalam bentuk-bentuk yang terjadi terhadap diri individu sehingga individu menjadi sadar akan seluruh yang terjadi di lingkungan sekitarnya melewati indera-indera yang dipunyainya.

B. *Webtoon*

Webtoon merupakan bentuk komik digital yang dirancang secara khusus untuk dibaca melalui perangkat digital seperti *smartphone*, tablet, atau komputer, dengan format pembacaan scrolling vertikal dari atas ke bawah. Istilah *Webtoon* berasal dari gabungan dua kata, yaitu *web* yang berarti jaringan internet, dan *cartoon* yang berarti kartun atau gambar cerita. *Webtoon* lahir dan berkembang pesat di Korea Selatan sejak awal tahun 2000-an, sebagai respon terhadap menurunnya minat baca komik dalam bentuk cetak serta berkembangnya teknologi digital yang merambah ke berbagai aspek kehidupan manusia.⁹

Secara teknis, *Webtoon* memiliki beberapa karakteristik khas, seperti penggunaan warna penuh (*full-color*), gaya gambar yang modern, dan struktur cerita yang episodik. Format ini memungkinkan pembaca menikmati cerita secara praktis, hanya dengan menggulir layar ke bawah. Inovasi ini tidak hanya memudahkan dalam hal teknis pembacaan, tetapi juga menciptakan

⁹ Fitria Rahmawati, "Peran *Webtoon* Sebagai Media Edukasi pada Remaja di Era Digital", *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol. 5 No. 1, 2021, hlm. 2.

pengalaman visual yang lebih hidup dan menarik bagi generasi digital yang terbiasa dengan konten visual dan cepat.¹⁰

Dalam konteks komunikasi massa, *Webtoon* termasuk dalam kategori media digital visual, karena menyajikan informasi dan hiburan dalam bentuk gabungan gambar, teks, dan warna. Keunggulan *Webtoon* terletak pada kemampuannya menghadirkan narasi cerita yang kuat dengan visualisasi yang ekspresif. Hal ini menjadikan *Webtoon* bukan sekadar hiburan, tetapi juga sebagai media penyampai pesan yang memiliki daya pengaruh tinggi, termasuk pesan-pesan keagamaan dan nilai moral.¹¹

Webtoon juga dapat dipahami sebagai bentuk evolusi dari komik konvensional yang kini telah beradaptasi dengan gaya hidup masyarakat digital. Perubahan pola konsumsi media yang bergeser ke arah digital, terutama pada kalangan muda, menjadi faktor utama meningkatnya popularitas *Webtoon*. Oleh karena itu, *Webtoon* dipandang sebagai media yang relevan dan potensial dalam menyampaikan berbagai nilai sosial, budaya, bahkan dakwah Islam kepada audiens yang lebih luas.¹²

Tidak hanya sebagai sarana hiburan, *Webtoon* kini juga digunakan untuk tujuan edukatif dan dakwah. Banyak kreator yang

¹⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 66.

¹¹ Yeni Mulyani, *Media Digital dan Budaya Visual Remaja*, dalam *Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi*, Vol. 10 No. 2, 2020, hlm. 55.

¹² Dini Safitri, *Komik Digital dan Gaya Hidup Remaja* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), hlm. 88.

mengemas pesan-pesan keislaman melalui cerita kehidupan sehari-hari yang dekat dengan pembaca. Penyampaian pesan secara naratif dan visual ini membantu audiens lebih mudah memahami dan menginternalisasi nilai-nilai yang disampaikan.¹³ Dengan demikian, *Webtoon* merupakan media digital yang tidak hanya inovatif secara visual, tetapi juga fleksibel dalam isi. Keberadaannya telah menjawab kebutuhan masyarakat modern akan informasi yang bersifat ringan, menarik, namun tetap sarat makna. Dalam konteks dakwah, *Webtoon* dapat menjadi salah satu media alternatif yang kontekstual dan relevan dengan perkembangan zaman.

C. Media Dakwah

Membahas tentang media komunikasi bisa diartikan semua media serta benda bisa digunakan media komunikasi untuk kesuksesan dakwah itu sendiri. Karena tidak mungkin kesuksesan dakwah tanpa adanya bantuan media yang membantu menyukseskannya. Didalam media komunikasi terdapat media massa (media cetak serta media elektronik) dan juga semua benda yang dapat mengantarkan kesuksesan dakwah.

Seiring dengan perkembangan media komunikasi di zaman ini berkembang juga dengan media dakwah. Media dakwah

¹³ Reni Oktaviani, "Webtoon Sebagai Sarana Dakwah Kreatif di Kalangan Milenial", *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 3 No. 2, 2021, hlm. 101.

memiliki pengertian yang luas, namun disini hanya terbatas pada media massa yang dipergunakan untuk dapat menyampaikan dakwah, contohnya seperti media cetak, tabloid, majalah, surat kabar dan media elektronik contohnya yaitu televisi, radio serta internet (*international networking*).

Para ahli ilmu dakwah memandang komunikasi dakwah merupakan salah satu dari unsur unsur dakwah, dan komunikasi dakwah juga adalah konstituen tambahan dalam pelaksanaan dakwah.¹⁴ Media dakwah adalah media yang digunakan agar materi dakwah tersampaikan.¹⁵ Kata media juga berasal dari bahasa latin, yaitu median yang artinya bentuk jamak dari medium. Secara bahasa yaitu alat perantara. Media dakwah adalah alat yang digunakan agar materi dakwah tersampaikan kepada yang menerima pesan dakwah (mad'u). Dengan adanya berbagai macam media, maka sebagai da'i harus selektif dalam memilih media yang paling efektif agar dapat mencapai tujuan dakwah.¹⁶ Media dakwah sendiri adalah saran atau alat yang digunakan untuk berdakwah agar dapat memudahkan dalam menyampaikan materi

¹⁴Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Prenadamedia Group,2004), hlm. 403

¹⁵Rachmat Djatmika, Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia, (Jakarta : Pustaka Indonesia, 1996). Hlm 35.

¹⁶ Wahyu ilahi, komunikasi dakwah. (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010). Hlm. 9.

dakwah atau pesan kepada yang menerima pesan dakwah (mad'u).¹⁷

Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa alat dakwah yaitu sarana yang dipakai agar memberikan bahan dakwah kepada yang menerima pesan dakwah (mad'u) melalui media. Karena itu, dengan berbagai macam media yang ada maka da'i harus pintar memilih media mana yang paling efektif agar dapat mencapai maksud serta tujuan dari dakwahnya.

F. Penelitian Relevan

Peneliti telah memilih beberapa bentuk karya ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan penelitian untuk dijadikan sebagai acuan serta referensi agar terhindar dari kesamaan isi dan juga plagiasi. Berikut beberapa karya ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang di tulis oleh peneliti.

Pertama, skripsi Muhammad Fahmi Abdul Ghoni dengan judul "Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)". Mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan fenomenologis. Hasil penelitiannya adalah penggunaan

¹⁷Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual Dan Kontekstual*, (Yogyakarta: AK Group, 2006). Hlm 100.

instagram dikalangan mahasiswa KPI ternyata sangat populer, terdapat 90.3% dari jumlah mahasiswa KPI.¹⁸

Adapun persamaan pada penelitian milik Fahmi dengan penelitian peneliti sama-sama mengkaji penggunaan media dalam berdakwah dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Perbedaannya yaitu penelitian diatas mengkaji tentang penggunaan instagran sebagai media dakwah sedangkan penelitian peneliti mengkaji tentang persepsi mahasiswa terhadap media *Webtoon* sebagai media dakwah.

Kedua, Jurnal milik Yulia Nafa Fitri Randani, dkk. Dengan judul “Strategi Pemanfaatan Aplikasi *TikTok* Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial”. Hasil pembahasan dari jurnal tersebut adalah dibalik citra aplikasi tiktok yang cenderung dinilai sebagai aplikasi yang kurang bermanfaat dan konten yang dinilai berlebihan, para dai-dai muda yang mulai menggunakan *TikTok* sebagai tempat dakwah menjadi angin segar dalam memperbaiki citra tersebut, akan tetapi banyak diantara generasi milenial yang belum mengetahui strategi untuk memaksimalkan *TikTok* sebagai aplikasi untuk menyebarkan dakwah dan opini yang bersifat edukatif.¹⁹

Adapun persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif serta mengkaji tentang penggunaan media sebagai media dakwah. Selain itu adapun

¹⁸ Abdul Ghoni Muhammad Fahmi, “Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang,” 2018.

¹⁹ Yulia Nafa Fitri Randani, “Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial,” *Mahasiswa FIAI-UII at-Thulab* 3 NO 1 (2021).

perbedaannya yaitu peneliti mengkaji terkait persepsi mahasiswa terhadap aplikasi *Webtoon* sebagai media dakwah sedangkan milik Yulia mengkaji tentang Strategi Pemanfaatan Aplikasi *TikTok* Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial.

Ketiga, Dinda Rizky Hayati dengan judul “Pemanfaatan Media *Tiktok* sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis” dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinda Rizky Hayati menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil pembahasan dari skripsi tersebut adalah Alasan Ikhwan Mukhlis menggunakan media *Tiktok* sebagai media dakwahnya karena menurutnya lebih mudah sampai kepada target yang dituju dan diterima di kalangan remaja. Mengingat bahwa aplikasi *Tiktok* menjadi salah satu aplikasi favorite dan booming pada saat ini. Kegiatan dakwah di *Tiktok* yang dilakukan olehnya karena keresahannya terhadap hal-hal menyimpang yang terjadi di lingkungan sosialnya yang menjadi suatu kewajaran oleh generasi milenial.²⁰

Persamaan penelitian milik Rizky dan peneliti adalah mengkaji tentang penggunaan media dakwah, dan pendekatan yang digunakan sama yaitu metode kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini adalah peneliti mengkaji tentang media sosial *Webtoon* sedangkan milik Rizky mengkaji tentang pemanfaatan media sosial *tiktok*.

Keempat, Reza Mardiana. Dengan judul “Daya tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial” Artikel Reza Mardiana

²⁰ Dinda Rizky Hayati, “Pemanfaat Media *Tiktok* Sebagai Media Dakwah”, Oleh Ikhwan Mukhlis, (Purwokerto: UIN Prof. Kiai Haji Saifuddin Zuhri 2021).

membahas mengenai media digital apakah dapat menjadi daya tarik generasi milenial dalam berdakwah. Dengan metode pendekatan studi literatur yang kemudian data dianalisis secara deskriptif menjelaskan bahwa dakwah melalui dakwah digital seperti dengan menggunakan media sosial sebagai media komunikasi masa kini dapat menjadi suatu ketertarikan bagi kaum milenial untuk selalu berdakwah. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya orang yang memanfaatkan media sosial sebagai media dalam upaya penyampaian pesan dakwah.²¹

Perbedaan dari penelitian Reza dengan peneliti yaitu metode yang digunakan, metode yang digunakan Reza dalam penelitiannya menggunakan metode pendekatan studi literatur sedangkan milik peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif. Namun adapun persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama mengkaji terkait penggunaan media dakwah.

Dari keempat penelitian terdahulu diatas, ada perbedaan yang cukup mendasar dengan penelitian yang akan peneliti teliti. Pada penelitian ini peneliti tentang “Persepsi Mahasiswa Terhadap Aplikasi *Webtoon* Sebagai Media Dakwah”.

G. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah alur berpikir yang menjelaskan hubungan antara teori dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian, kerangka

²¹ Reza Mardiana, “Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial,” *Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. 3 (2020): 1041–48.

berpikir membantu peneliti memahami bagaimana suatu fenomena terjadi dan menjadi dasar dalam menganalisis data.²²

Dalam era digital saat ini media dakwah mengalami perubahan signifikan salah satunya melalui *platform Webtoon*. Aplikasi *Webtoon* ini juga telah menjadi aplikasi yang banyak diketahui oleh masyarakat ataupun kalangan mahasiswa karena ratingnya yang tinggi, sehingga persepsi atau tanggapan mahasiswa mengenai *Webtoon* sebagai salah satu media dakwah juga beragam dan mempunyai pemikiran masing-masing. Dalam hal ini, media *Webtoon* diposisikan sebagai sarana komunikasi dakwah. Pesan-pesan keislaman yang disampaikan dalam *Webtoon* berupa ajakan kebaikan, nilai-nilai moral islam, maupun pengetahuan keagamaan diringkas secara kreatif agar mudah diterima audiens.

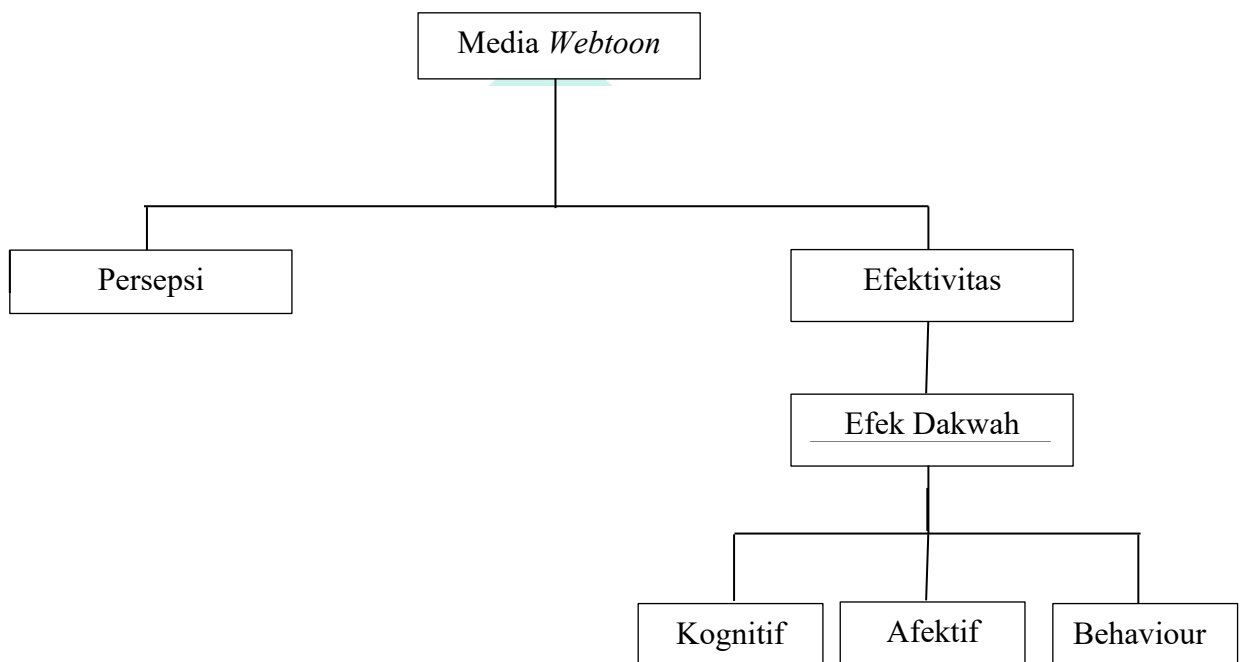
Persepsi pembaca menjadi bagian penting dalam menentukan Efektivitas pesan dakwah. Persepsi adalah proses seseorang menerima, memahami, dan menilai informasi yang diterimanya. Jika persepsi pembaca terhadap *Webtoon* dakwah positif besar kemungkinan pesan dakwah yang disampaikan efektif begitu juga sebaliknya.

Efektivitas dakwah melalui *Webtoon* dapat dikaji melalui tiga ranah efektif komunikasi yaitu efek kognitif berkaitan dengan penambahan pengetahuan keagamaan melalui *Webtoon* dakwah, efek afektif berkaitan dengan perubahan sikap, perasaan, atau empati pembaca terhadap nilai-nilai islam yang disampaikan, efek behaviour berkaitan dengan tindakan

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), Hlm 91.

nyata yang dilakukan pembaca sebagai hasil dari pesan dakwah yang diterima.

Uraian diatas apabila disajikan dalam bentuk bagan adalah sebagai berikut :



H. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami dan mengkaji suatu fenomena sosial secara mendalam, melalui proses interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian.²³ Penelitian kualitatif berusaha menampilkan secara utuh yang membutuhkan kecermatan dalam pengamatan sehingga kita dapat

²³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), hlm 6.

memahami secara menyeluruh hasil penelitian, disamping itu dalam penelitian kualitatif ini peneliti harus terjun langsung ke lapangan guna memperoleh data yang peneliti butuhkan. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah penelitian kualitatif karena penelitian ini akan menjelaskan tentang persepsi mahasiswa terhadap aplikasi *webtoon* sebagai media dakwah.

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif yaitu pendekatan yang digunakan untuk mendeskripsikan fenomena yang sedang berlangsung tanpa memanipulasi variabel yang diteliti.²⁴ Melalui pendekatan ini peneliti ingin memberikan deskripsi mengenai persepsi mahasiswa terhadap aplikasi *webtoon* sebagai media dakwah.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini akan ada sumber data yang digunakan :

a. Data primer

Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari subjek penelitian.²⁵ Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara dan juga observasi kepada para mahasiswa khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang menggunakan aplikasi *webtoon*.

²⁴ Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), hlm 54.

²⁵ M. Sukardi, *Metode Penelitian Pendidikan : Kompetensi Dan Praktiknya* (Jakarta: Bumi Aksara, 2021), hlm 260

Sumber data primer dalam penelitian diperoleh melalui wawancara langsung dengan 10 mahasiswa dari program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Informan dipilih berdasarkan kriteria mahasiswa yang aktif menggunakan aplikasi *Webtoon* dan pernah membaca konten yang mengandung nilai-nilai keislaman atau pesan dakwah.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti melalui dokumen, catatan, arsip, atau literatur yang sudah ada sebelumnya, serta bisa berupa buku, jurnal, artikel, dokumentasi media sosial dan konten digital seperti *webtoon*.²⁶ Sumber data kedua dalam penelitian ini yaitu berupa literatur penelitian terdahulu, dan buku penunjang lainnya yang relevan terkait persepsi mahasiswa terhadap aplikasi *webtoon* sebagai media.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data :

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan meninjau dan mengamati secara langsung

²⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm 123.

agar mengetahui kondisi yang ada pada objek penelitian. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan terhadap objek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung, menggunakan teknik yang disebut dengan observation atau pengamatan.²⁷ Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan terhadap penggunaan aplikasi webtoon dikalangan mahasiswa. Data observasi juga diperoleh dari hasil tes yang dilakukan oleh para mahasiswa, yang kemudian dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bagaimana persepsi mahasiswa terhadap aplikasi webtoon sebagai media dakwah.

b. Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan oleh dua orang secara sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian. Wawancara biasanya berupa percakapan yang memiliki tujuan untuk mendapatkan sebuah informasi, dimana percakapan dilakukan oleh dua orang yaitu pewawancara yang memberikan pertanyaan dan terwawancara yang menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pewawancara.²⁸ Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan para mahasiswa Universitas Islam Negeri

²⁷ Hadeli, *Metode Penelitian Kependidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).

²⁸ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008)

K.H Abdurrahman Wahid terutama mahasiswa jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menelaah dokumen atau data tertulis yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian. Dokumen yang dimaksud dapat berupa arsip, laporan, buku, maupun artikel.²⁹ Dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data dan bukti kegiatan pada saat peneliti melakukan wawancara mengenai data-data penting berkaitan dengan persepsi para mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid terutama mahasiswa jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam yang dapat mendukung proses penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan elemen penting terutama karena analisis data di gunakan untuk memecahkan masalah pada penelitian.

Analisis data merupakan suatu langkah guna menggambarkan secara deskriptif ataupun naratif terhadap data-data yang diperoleh.³⁰ Teknik analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah atau menemukan makna yang mendalam dari fenomena yang diteliti (dalam pendekatan kualitatif). Proses ini meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. (Bandung: ALfabeta, 2017), hlm 240.

³⁰ Samsu, *Metode Penelitian Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Method, Serta Research & Development* (Jambi: Pusaka Jambi, 2017), hlm. 103.

pendekatan kualitatif deskriptif oleh karena itu, analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan interaktif dan secara kontinu hingga data jenuh, sehingga informasi yang telah didapatkan dapat lebih luas dan mendalam.³¹

a.) Tahapan reduksi data

Reduksi data merupakan suatu proses penyempurnaan data, baik dengan cara mengurangi data yang dianggap tidak relevan ataupun menambahi data yang dinilai masih kurang. Pada tahap ini terdapat proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Proses reduksi data pada penelitian ini peneliti merangkum, memilah-milah, meringkas, serta melakukan penyimpanan pada data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam kepada informan mengenai pandangan mereka terhadap dakwah dalam *webtoon*, pemahaman mereka terhadap konten-konten dakwah dalam *webtoon*. Hal ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memilah dan memilih data yang relevan dengan tema penelitian, sehingga peneliti mudah untuk menarasikan dan pembaca mudah memahaminya. Proses reduksi ini penting untuk menyaring data untuk menghindari informasi yang tidak relevan.³²

³¹ D. E Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik* (Yogyakarta: Calpulis, 2015).

³² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, edisi revisi (Bandung:PTRemaja Rosdakarya,2017) hlm.288.

b.) Tahap penyajian data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan proses pengumpulan informasi yang disusun berdasarkan katagori data yang diperlukan setelah proses reduksi. Penelitian kualitatif menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, kategori dan sejenisnya. Melalui penyajian data akan memudahkan peneliti dalam menyusun dan mengorganisir data pada pola hubungan, sehingga data akan semakin mudah dipahami untuk mendukung proses selanjutnya. Penyajian data pada penelitian ini disajikan dalam bentuk naratif setelah data terkumpul dan dikelompokkan menurut kategorinya. Kategorisasi data dibantu dengan teori persepsi menurut Robbins.³³ Kemudian ditambah dengan faktor-faktor persepsi. Hal tersebut berkembang disesuaikan dengan hasil data yang terkumpul dalam proses pengumpulan data wawancara mendalam.

c.) Tahap penarikan kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan merupakan proses akhir dalam analisis data yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan mengungkapkan makna dari data yang telah dikumpulkan dan dianalisis sebelumnya.³⁴ Dalam penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan informan (mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam). Proses ini

³³ Robbins, S. P, "*Perilaku Organisasi*", (Jakarta: Salemba Empat :2015)

³⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2017) hlm. 330

dimulai setelah tahap reduksi dan penyajian data dilakukan secara menyeluruh. Penarikan kesimpulan ini juga melalui proses verifikasi data, yaitu dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber (wawancara, observasi, dokumentasi) untuk mendapatkan data yang paling tepat.

I. Sistematika Penulisan

Rancangan sistematika penulisan penelitian ini tersusun beberapa Bab antara lain :

BAB I : Pendahuluan, pada Bab I ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, tinjauan pustaka, kerangka berfikir, metode penelitian serta sistematika penulisan

BAB II : Pada Bab II, Peneliti memaparkan beberapa teori yang berkaitan dengan variabel, yaitu dengan menguraikan beberapa pembahasan umum terkait pengertian persepsi, dan faktor yang berkaitan dengan persepsi, media dakwah serta efektifitas media dakwah.

BAB III : Menjelaskan gambaran umum objek penelitian dan hasil penelitian, serta peneliti mendeskripsikan penggunaan webtoon sebagai media dakwah.

BAB IV : Pada Bab IV, merupakan inti dari penelitian, peneliti akan menganalisis data yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa terhadap aplikasi *webtoon* sebagai media dakwah.

BAB V : Penutup pada Bab V ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang didalamnya terdapat kesimpulan peneliti. Serta terdapat juga saran dari peneliti yang berkaitan dengan objek.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Webtoon* sebagai media dakwah digital memiliki peran penting dalam menumbuhkan kesadaran keislaman mahasiswa di era modern. Dalam konteks komunikasi dan psikologi, persepsi merupakan proses aktif ketika seseorang menangkap, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap informasi atau rangsangan yang diterima melalui pancaindra. Proses ini dipengaruhi oleh berbagai faktor internal seperti pengalaman, latar belakang budaya, pengetahuan, nilai, dan kondisi emosional. Dengan kata lain, persepsi bukan hanya soal menerima informasi, tetapi juga bagaimana individu menyusun dan memahami pesan tersebut secara subjektif hingga membentuk sikap dan tindakan.

Seiring dengan transformasi teknologi informasi dan media komunikasi, cara penyampaian dakwah pun ikut berubah, dari metode yang bersifat konvensional menjadi lebih visual, interaktif, dan kontekstual. Dalam perkembangan ini, *Webtoon* hadir sebagai salah satu media alternatif yang mampu menjawab kebutuhan dakwah di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa. Melalui penyajian cerita bergambar yang menarik, alur naratif yang dekat dengan realitas kehidupan, serta gaya penyampaian yang ringan namun bermakna, *Webtoon* mampu menarik perhatian dan membentuk persepsi pembaca secara mendalam.

Dakwah melalui *Webtoon* tidak hanya menyampaikan ajaran Islam secara eksplisit, tetapi juga menyelipkan pesan-pesan moral dan spiritual yang dapat dimaknai secara personal. Hal ini menjadikan *Webtoon* lebih dari sekadar hiburan; ia berfungsi sebagai media yang mengedukasi, menyentuh emosi, dan memotivasi pembaca untuk melakukan perubahan positif. Dengan demikian, *Webtoon* dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah digital apabila mampu mencakup tiga aspek utama dalam proses persepsi, yaitu: aspek kognitif (pemahaman dan penalaran), aspek afektif (reaksi emosional dan keterikatan), serta aspek behavioral (dampak terhadap perilaku nyata). Ketiga aspek ini saling berkaitan dan menjadi indikator keberhasilan dakwah dalam membentuk kesadaran serta perilaku keagamaan mahasiswa di era modern.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, penulis memberikan beberapa saran yang ditujukan kepada berbagai pihak, agar pemanfaatan *Webtoon* sebagai media dakwah dapat lebih optimal, khususnya bagi kalangan mahasiswa dan generasi muda secara umum.

1. Bagi Para Kreator *Webtoon* Islami

Para kreator konten diharapkan terus mengembangkan cerita dakwah yang menarik, menyentuh, dan relevan dengan kehidupan pembaca. Pesan keislaman sebaiknya disampaikan secara halus,

tidak menggurui, dengan alur kuat dan visual menarik agar mudah diterima dan berkesan bagi berbagai latar belakang pembaca.

1. Bagi Lembaga Dakwah dan Instansi Pendidikan Islam

Webtoon bisa menjadi alternatif strategi dakwah digital yang sesuai dengan karakter generasi muda. Lembaga dakwah dan institusi pendidikan Islam dapat bekerja sama dengan kreator digital untuk menciptakan konten dakwah segar dan mendalam yang menjangkau audiens lebih luas lewat media sosial dan platform *Webtoon*.

2. Bagi Mahasiswa dan Pembaca *Webtoon*

Mahasiswa diharapkan tidak hanya menganggap *Webtoon* sebagai hiburan, tapi juga mengambil nilai positif di dalamnya dan ikut menyebarkan konten dakwah inspiratif kepada teman melalui media sosial atau obrolan sehari-hari.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini terbatas pada jumlah informan dan fokus kajian. Untuk itu, penelitian selanjutnya diharapkan memperluas jumlah partisipan, variasi latar belakang pembaca, serta konten *Webtoon* yang diteliti. Selain itu, perlu analisis lebih mendalam tentang dampak jangka panjang *Webtoon* terhadap sikap keagamaan pembaca. Dengan saran ini, dakwah Islam diharapkan terus berinovasi dan menjangkau generasi muda lewat pendekatan kreatif, komunikatif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghoni Muhammad Fahmi. 2018. "Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang,)".
- Abu-rabia. 2015. *Understanding Islamic Communication: Theory and Practice*. Amman: Al-muqtadila Press.
- Achmad Mubarak. 1997. Psikologi Dakwah. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Agustinova, D. E. 2015. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Calpulis.
- Ali, Muhammad. 2018. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arifin, Bustanul. 1997. *Ilmu Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Atkinson, and Rita L. 1993. *Introduction to Psychology*. New York: Harcourt Brace College Publishers.
- Azmi Rizky Anisa , Ala Aprila Ipungkarti, dan Kayla Nur Saffanah. 2021 . "Pengaruh Kurangnya Literasi Serta Kemampuan Dalam Berpikir Kritis Yang Masih Rendah Dalam Pendidikan Di Indonesia" 01 No. 01
- Beni Ahmad. 2012. *Ilmu Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Dania, Ira Aini, and Nanda Novziransyah. 2021. "Sensasi, Persepsi, Kognitif." *Ibnu Sina: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan - Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara* 20, no. 1 : 14–21.
- Daryanto, D. 2021. *Strategi Dakwah Kontemporer*. Surabaya: Cipta Media.
- Dinda Rizky Hayati. 2021 "Pemanfaat Media Tiktok Sebagai Media Dakwah".
- Dini Safitri. 2019. *Komik Digital dan Gaya Hidup Remaja* (Bandung: Remaja Rosdakarya).

- Djamarah, and Syaiful Bahri. 2020. *Strategi Komunikasi Dakwah Di Era Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Faizah Muchsin. 2012, *Psikologi Dakwah*, Cet. 3 Jakarta: Prenada Media Group.
- Fauzi. 2021. *Dakwah Modern Melalui Komik Digital*. Jakarta: Pustaka Belajar.
- H, Susilo. 2020. *Komunikasi Dakwah Dalam Era Digital*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Hadeli. 2006. *Metode Penelitian Kependidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hadi, Suharyo. 2020. “Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial.” *Jurnal Al-Balagh : Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 5, no. 1
- Hasan. 2018. *Komunikasi Dakwah : Strategi Dan Penyampaian Pesan Islam*. Jakarta: Kencana.
- Hasan, Yunus Abu. 2021. *Media Dakwah Digital*. Jakarta: Kencana.
- Hidayat. 2022. “Edutainment Dan Dakwah Milenial Di Era Digital.” *Jurnal Dakwah Dan Teknologi* 3, no. 1
- Hidayat, Rahmat. 2020. *Komunikasi Dakwah Di Era Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kurniawan. 2020. *Transformasi Media Dan Budaya Digital*. Surabaya: Citra Media.
- Lee, K. 2017. *Webtoon: Komik Digital Yang Mengglobal*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Malik. 2023. “Dakwah Inklusif Di Kalangan Mahasiswa.” *Jurnal Transformasi Dakwah* 8, no. 1 : 25.
- Mardiana. 2021. *Cerita Religi Dalam Media Digital*. Surabaya: UM Surabaya Press.
- Mardiana, Reza. 2020 . “Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial.” *Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. 3 : 1041–48.
- Mariska, Yeni. 2020 .“*Webtoon* Sebagai Media Dakwah Dalam Budaya Populer

(Studi Pada *Webtoon Ngopi Yuk*),” .

- Maulana. 2022. *Komunikasi Dakwah Modern*. Yogyakarta: Deepublish.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muttaqin, Ahmad. 2019. *Dakwah Dan Perkembangan Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nasution, S. 2016. *Teori Dan Praktik Dakwah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurdin, A. 2021. *Dakwah Digital Dan Komunikasi Masa Kini*. Surabaya: Cipta Media.
- Nurdin, and Arief. 2019. *Dakwah Digital : Perspektif Dan Praktif*. Jakarta: Prenada Media.
- Prasetyo. 2023. “Narasi Visual Dalam Komik Dakwah: Studi Atas Kreativitas Dan Efektivitas Penyampaian Pesan.” *Jurnal Seni Dan Media Islam* 6, no. 1: 55–66.
- Purnomo, 2019. M. *Revolusi Digital Dalam Dunia Komik*. Jakarta: Erlangga.
- Rachman Santoso, Bobby, Umul Baroroh, and Asep Dadang Abdullah. 2015 . “SURAT SEBAGAI MEDIA DAKWAH: Studi Atas Praktek Dakwah Rasulullah Saw Terhadap Raja Heraclius, Kisra Abrawaiz, Muqouqis, Dan Najasyi.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 1 : 118–38.
- Rachmat Kriyantono. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* Jakarta: Kencana.
- Rahman. 2022. *Strategi Dakwah Dan Komunikasi Digital*. Yogyakarta: Pilar Media.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramdani, Wahyu. 2020. *Dakwah Di Era Digital : Peluang Dan Tantangan*. Bandung: CV. Jejak.
- Ridwan, Aang. 2016. *Komunikasi Antar Budaya Mengubah Persepsi Dan Sikap Dalam Meningkatkan Kreativitas Manusia*. *Jurnal Pendidikan Kimia*

Universitas Riau. Vol. 1. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Samsu. 2017. *Metode Penelitian Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Method, Serta Research & Development*. Jambi: Pusaka Jambi.

Sarwono, and Sarlito W. 2011. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Press.

Sedyawati, Edi. 2010. *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Liberty.

Subekti. 2023. *Refleksi Diri Dalam Proses Dakwah Visual*.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharyadi, S. 2020. *Komik Dan Interaksi Pembaca Di Era Digital*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sukardi, 2021. M. *Metode Penelitian Pendidikan : Kompetensi Dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sulaeman. 2019. *Mengelola Komunitas Digital Dalam Platform Webtoon*. Bandung: Alfabeta.

Sulaiman. 2023. "Komunikasi Dakwah Dua Arah Dalam Media Baru." *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 15, no. 1: 22–23.

Sulaiman, and Ahmad. 2018. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Suryanto. 2019. *Multimedia Dakwah : Pendekatan Visual Dan Naratif*. Jakarta: Kencana.

Susanto, and Arifin. 2023. "Webtoon Sebagai Media Dakwah Visual: Pendekatan Semiotik Dalam Komunikasi Religius." *Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Kontemporer* 5, no. 2: 47.

Syahputra. 2020. *Dakwah Di Era Digital : Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.

Wahyudi, Setyo Hendro, and Mita Puspita Sukmasari. "Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat." *Jurnal Analisa Sosiologi* 3, no. (1) (2018): 13.

Walgito, Bimo. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wikipedia. "Komik," n.d. <https://id.wikipedia.org/wiki/Komik>.

Wikipedia. "*Webtoon*," n.d. [https://id.wikipedia.org/wiki/Webtoon_\(penerbit\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Webtoon_(penerbit)).

Yeni Mulyani. 2020. Media Digital dan Budaya Visual Remaja, dalam *Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi*, Vol. 10 No. 2.

Yudhistira, R. 2018. *Peran Webtoon Dalam Budaya Populer Indonesia*. Jakarta: Pustaka Belajar.

Yulia Nafa Fitri Randani. 2021. "Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial." *Mahasiswa FIAI-UII at-Thulab 3 NO 1*.

Yulianita, Lia. 2021. "Transformasi Dakwah Melalui Media Digital." *Jurnal Ilmu Dakwah* 39, no. 1 : 61.

Zaini, Ahmad. *Media Dakwah Dan Tantangannya*. 2004. Ponorogo: Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Ponorogo.

Zainuddin. 2023. *Dakwah Kreatif Di Era Digital*. Bandung: Pustaka Media.

Zulkarnaen, Iqbal. 2021. "Urgensi Media Dakwah Dalam Era Digitalisasi." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 2.

Zulkifli. 2022. *Digitalisasi Dakwah: Peluang Dan Tantangan*. Jakarta: Prenada Media.

