

**PERSEPSI MAHASISWA UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID  
PEKALONGAN TERHADAP DAKWAH KESEHATAN  
MENTAL PADA AKUN TIKTOK @ANIQQ.ALFAQIROH**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2025**

**PERSEPSI MAHASISWA UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID  
PEKALONGAN TERHADAP DAKWAH KESEHATAN  
MENTAL PADA AKUN TIKTOK @ANIQQ.ALFAQIROH**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**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 : AINIYAH AFIFAH

NIM : 3421037

Program Studi : Komunikasi dan penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“PERSEPSI MAHASISWA UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN TERHADAP DAKWAH KESEHATAN MENTAL PADA AKUN TIKTOK @ANIQQ.ALFAQIROH”** 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, 25 Oktober 2025

Yang Menyatakan,



**AINIYAH AFIFAH**  
**NIM. 3421037**

## NOTA PEMBIMBING

**Dr. Siti Mumun Muniroh, S.Psi, M.A**  
**Tirto Gg. 18 RT : 23/ RW : 5 Kabupaten Pekalongan**

Lamp : 4 (Empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Ainiyah Afufah

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
c.q Ketua Prodi 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 : AINIYAH AFIFAH  
NIM : 3421037  
Judul : **PERSEPSI MAHASISWA UIN K.H. ABDURRAHMAN  
WAHID PEKALONGAN TERHADAP DAKWAH  
KESEHATAN MENTAL PADA AKUN TIKTOK  
@ANIQQ.ALFAQIROH**

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, 20 Oktober 2025

Pembimbing,



**Dr. Hj. Siti Mumun Muniroh, S.Psi, M.A**  
**NIP. 198207012005012003**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**  
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161  
Website: [fuad.uingusdur.ac.id](http://fuad.uingusdur.ac.id) | Email : [fuad@uingusdur.ac.id](mailto:fuad@uingusdur.ac.id)

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **AINIYAH AFIFAH**  
NIM : **3421037**  
Judul Skripsi : **PERSEPSI MAHASISWA UIN K.H. ABDURRAHMAN  
WAHID PEKALONGAN TERHADAP DAKWAH  
KESEHATAN MENTAL PADA AKUN TIKTOK  
@ANIQQ.ALFAQIROH**

yang telah diujikan pada Hari Senin, 30 Oktober 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

**Dr. Kurdi, M.S.I**  
NIP. 198002142011011003

Penguji II

**Viki Mazaya, M.S.I**  
NIP. 19900131201801200

Pekalongan, 12 November 2025

Disahkan Oleh



**Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag /**  
NIP. 197411182000032001

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. 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 itu adalah sebagai berikut.

### A. Konsonan Tunggal

| Huruf | Nama | Huruf Latin | Keterangan                   |
|-------|------|-------------|------------------------------|
| ا     | Alif | -           | tidak dilambangkan           |
| ب     | Bā   | b           | -                            |
| ت     | Tā   | t           | -                            |
| ث     | Śā   | s           | s (dengan titik diatasnya)   |
| ج     | Jīm  | j           | -                            |
| ح     | Hā   | h           | h (dengan titik di bawahnya) |
| خ     | Khā  | kh          | -                            |
| د     | Dal  | d           | -                            |
| ذ     | Żal  | z           | z (dengan titik di atasnya)  |
| ر     | Rā   | r           | -                            |

|   |        |    |                                                                           |
|---|--------|----|---------------------------------------------------------------------------|
| ز | Zai    | z  | -                                                                         |
| س | Sīn    | s  | -                                                                         |
| ش | Syīn   | sy | -                                                                         |
| ص | Ṣād    | ṣ  | s (dengan titik di bawahnya)                                              |
| ض | Dād    | d  | d (dengan titik di bawahnya)                                              |
| ط | Ṭā     | t  | t (dengan titik di bawahnya)                                              |
| ظ | Zā     | z  | z (dengan titik di bawahnya)                                              |
| ع | ‘Ain   | ‘  | koma terbalik (di atas)                                                   |
| غ | Gain   | g  | -                                                                         |
| ف | Fā     | f  | -                                                                         |
| ق | Qāf    | q  | -                                                                         |
| ك | Kāf    | k  | -                                                                         |
| ل | Lām    | l  | -                                                                         |
| م | Mīm    | m  | -                                                                         |
| ن | Nūn    | n  | -                                                                         |
| و | Wāwu   | w  | -                                                                         |
| ه | Hā     | h  | -                                                                         |
| ء | Hamzah | '  | apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata |
| ي | Yā     | y  | -                                                                         |

## **B. Konsonan Rangkap**

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh : أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

## **C. Tā Marbutah di akhir kata**

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh : جماعة ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh : الأولياء كرامة ditulis *karāmatul-auliyyā'*

## **D. Vokal Pendek**

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

## **E. Vokal Panjang A**

panjang ditulis *ā*, *i* panjang ditulis *ī*, dan *u* panjang ditulis *ū*, masing-masing dengan tanda hubung ( - ) di atasnya.

## **F. Vokal Rangkap**

Fathah + *yā* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + *wāwu* mati ditulis *au*

## **G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof ( ' )**

Contoh : ألأتم ditulis *a'antum*

مؤنث ditulis *mu'annaś*

#### **H. Kata Sandang Alif + Lam**

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh : القرآن ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh : الشيعة ditulis *asy-Syī'ah*

#### **I. Huruf Besar**

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

#### **J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat**

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh : الإسلام شيخ ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Islām*

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahillāhi rabbil ‘ālamīn*, Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya. Hanya karena kasih sayang dan pertolongan-Nya, penulis dapat melalui setiap proses panjang hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, suri teladan terbaik yang menuntun umat manusia menuju jalan yang penuh cahaya dan kebenaran.

Dengan hati yang penuh rasa haru dan syukur, karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT, Sumber segala kekuatan dan tempat bergantung yang tiada pernah mengecewakan. Terima kasih, ya Allah, karena telah menuntunku di setiap langkah, memberikan cahaya di kala gelap, kekuatan di kala lemah, dan ketenangan di setiap gelisah. Di antara keraguan dan rasa takut, Engkaulah yang menenangkan hati ini. Setiap tetes air mata dalam perjalanan ini adalah saksi bahwa Engkau selalu hadir dalam sunyi, dalam doa, dalam setiap hela napas perjuangan. Semoga setiap langkah dan hasil karya ini menjadi bentuk kecil dari rasa syukurku atas kasih-Mu yang tak terbatas.
2. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Sitaji dan Ibu Nafsiyah, Segala cinta, perjuangan, dan doa kalian adalah alasan terbesarku untuk bertahan sejauh ini. Terima kasih atas kasih sayang yang tak pernah berkurang, atas pengorbanan yang tak pernah terucap, dan atas setiap doa yang diam-diam kalian panjatkan di sepertiga malam. Bapak, Ibu terima kasih karena telah menjadi matahari dalam setiap hariku,

menjadi alas ketika aku jatuh, dan menjadi atap ketika dunia terasa berat. Setiap keberhasilan kecil dalam hidupku adalah milik kalian juga. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan untuk Bapak dan Ibu, agar kelak aku dapat membalas, meski tak akan pernah sepadan dengan cinta dan pengorbanan yang telah kalian berikan.

3. Kakakku tersayang, Mas Imam Sosok yang selalu menjadi penolong, yang sudah memberikan fasilitas untuk penunjang kuliah sudah membantu dalam hal pembayaran, sekaligus sumber inspirasi. Terima kasih telah menjadi tempat bercerita dan berkeluh kesah, yang selalu tahu cara menenangkan tanpa banyak bicara. Dukungan dan nasihatmu membuatku berani melangkah lebih jauh, meski terkadang ragu dan takut. Semoga segala kebaikan dan kasihmu dibalas oleh Allah SWT dengan keberkahan hidup dan kesuksesan yang berlipat.
4. Keluargaku tercinta, Rumah yang selalu menjadi tempat untuk kembali. Terima kasih atas kehangatan yang tak tergantikan, atas tawa dan doa yang menjadi penguat di setiap perjalanan. Dalam pelukan kalian, aku belajar arti kebersamaan, kesabaran, dan ketulusan. Semoga Allah selalu menjaga keluarga kecil kita dalam cinta dan ridha-Nya.
5. Sahabatku Noza eliza Terima kasih telah membantu di saat aku berada dalam kesulitan. Kebaikan dan ketulusanmu saat itu tidak akan pernah aku lupakan. Semoga Allah membalas setiap kebaikanmu dengan kebahagiaan dan rezeki yang berlimpah.
6. Sahabatku Musfirotul jannah Terima kasih sudah menjadi teman cerita di setiap suka dan duka. Kamu selalu tahu bagaimana

menenangkan saat aku lelah, dan hadir bukan hanya untuk tertawa, tapi juga untuk menguatkan ketika aku hampir menyerah. Terima kasih atas perhatian, semangat, dan kebersamaan yang selalu membuatku yakin bahwa aku bisa melewati semua ini. Semoga persahabatan kita selalu dijaga oleh Allah dan tetap indah sampai kapan pun.

7. Untuk diriku sendiri, Terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tak menyerah meski pernah hampir putus asa. Terima kasih telah tetap berjuang, meski dunia terasa berat dan waktu berjalan begitu lambat. Kau sudah melewati banyak hal yang dulu kau takutkan, dan kini kau membuktikan bahwa tidak ada usaha yang sia-sia bila disertai doa dan keyakinan. Semoga dirimu terus tumbuh menjadi pribadi yang kuat, rendah hati, dan penuh syukur karena perjalanan ini belum selesai, tapi kau sudah jauh lebih hebat dari sebelumnya.
8. Untuk Dede Gilang Firmansyah, Terima kasih telah menjadi sosok yang selalu ada sejak sebelum aku mulai kuliah hingga kini berhasil sampai di titik ini. Terima kasih atas setiap semangat, perhatian, dan dukungan tulus yang selalu kamu berikan. Kehadiranmu menjadi sumber kekuatan di saat aku merasa lelah dan hampir menyerah. Semoga Allah senantiasa membalas setiap kebaikanmu dengan kebahagiaan, kesehatan, dan kesuksesan yang berlimpah.
9. Untuk temanku Auliya Sabrina Putri , Ulia Sari, Citra Adilla dan Delliana Fitri Aeni, Terima kasih telah menjadi bagian dari setiap langkah perjalanan ini. Kalian yang selalu ada di setiap proses berbagi cerita, tawa, dan semangat di tengah lelahnya perkuliahan. Terima kasih karena selalu membantu, menyemangati,

dan membuat hari-hari kuliah penuh warna. Kehadiran kalian membuat perjuangan ini terasa lebih ringan dan bermakna. Semoga kebersamaan kita selalu terjaga dan menjadi kenangan indah yang tak terlupakan.

10. Dosen Pembimbing Bu Dr. Hj. Siti Mumun Muniroh S.Psi. M.A,  
Terima kasih yang sedalam-dalamnya atas bimbingan, kesabaran, dan ketulusan dalam membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap saran, kritik, dan arahan menjadi penerang dalam jalan penelitian ini. Ilmu yang telah Bapak/Ibu berikan bukan hanya menuntun akademik, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kedisiplinan dan keikhlasan. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dengan keberkahan yang berlimpah.
11. Untuk akun @aniqq.alfaqiroh, Terima kasih telah menjadi inspirasi yang menenangkan hati dan membuka mata banyak orang tentang pentingnya menjaga kesehatan mental dalam balutan dakwah yang lembut dan penuh makna. Melalui setiap kata, nasihat, dan pesan yang disampaikan, ada cahaya yang menenangkan dan menguatkan jiwa. Semoga setiap konten dakwah yang dibagikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir, membawa manfaat yang luas bagi banyak orang, termasuk penulis yang terinspirasi untuk meneliti lebih dalam tentang makna dakwah di era digital ini.

## **MOTTO**

“Ilmu yang memberi manfaat, dakwah yang menjaga jiwa.”

Imam Syâfi‘i



## ABSTRAK

**Ainiyah Afifah. 2025.** Persepsi Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terhadap Dakwah Kesehatan Mental pada Akun TikTok @aniqq.alfaqiroh. Skripsi. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: Dr. Hj. Siti Mumun Muniroh, S.Psi. M.A.

**Kata kunci :** Kesehatan Mental, Persepsi, TikTok

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap cara berdakwah di era modern. Media sosial kini menjadi ruang baru bagi para pendakwah untuk menyebarkan pesan keislaman secara kreatif dan mudah diakses. Salah satu platform yang paling diminati generasi muda adalah TikTok, dengan keunggulan format video pendek yang menarik dan ringan. Fenomena ini mendorong munculnya bentuk dakwah yang lebih kontekstual, seperti yang dilakukan oleh akun TikTok @aniqq.alfaqiroh yang secara konsisten mengangkat tema kesehatan mental dalam perspektif Islam. Pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya bersifat religius, tetapi juga menyentuh aspek psikologis yang relevan dengan kehidupan mahasiswa masa kini.

Namun, meskipun dakwah digital bertema kesehatan mental semakin marak, masih banyak mahasiswa yang belum sepenuhnya memahami makna dan efektivitas pesan dakwah tersebut. Beberapa mahasiswa bahkan menganggap dakwah di TikTok hanya sebagai hiburan, bukan sarana refleksi spiritual atau edukasi mental. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tujuan dakwah yang ingin disampaikan dengan persepsi audiens yang menerimanya.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini berfokus untuk mengkaji persepsi mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terhadap dakwah kesehatan mental pada akun TikTok @aniqq.alfaqiroh. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan mental di kalangan mahasiswa, serta perlunya pemahaman tentang efektivitas dakwah digital dalam menjawab kebutuhan psikologis dan spiritual generasi muda. Melalui penelitian dengan pendekatan kualitatif metode fenomenologi interpretatif (Interpretative Phenomenological Analysis/IPA), peneliti berupaya menggali makna subjektif mahasiswa terhadap pesan dakwah yang mereka terima melalui media sosial, khususnya TikTok.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi dakwah digital yang lebih efektif, empatik, dan relevan dengan kebutuhan psikologis generasi muda.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah* rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terhadap Dakwah Kesehatan Mental pada Akun @aniq.alfaqiroh.” Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah.
3. Ibu Mukoyimah, M.Sos selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam serta Dosen Pembimbing Akademik.
4. Pak Dimas Prasetya, M.A. selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Ibu Dr. Hj. Siti Mumun Muniroh, S.Psi., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan, serta meluangkan waktu selama proses penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
7. Pemilik akun @aniq.alfaqiroh, yang telah berkenan memberikan izin dan informasi yang sangat membantu dalam proses penelitian ini.
8. Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah bersedia menjadi informan dan memberikan waktu serta pandangan berharga dalam penelitian ini.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dengan pahala yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Pekalongan, 20 Oktober 2025

Penulis



**AINIYAH AFIFAH**

## DAFTAR ISI

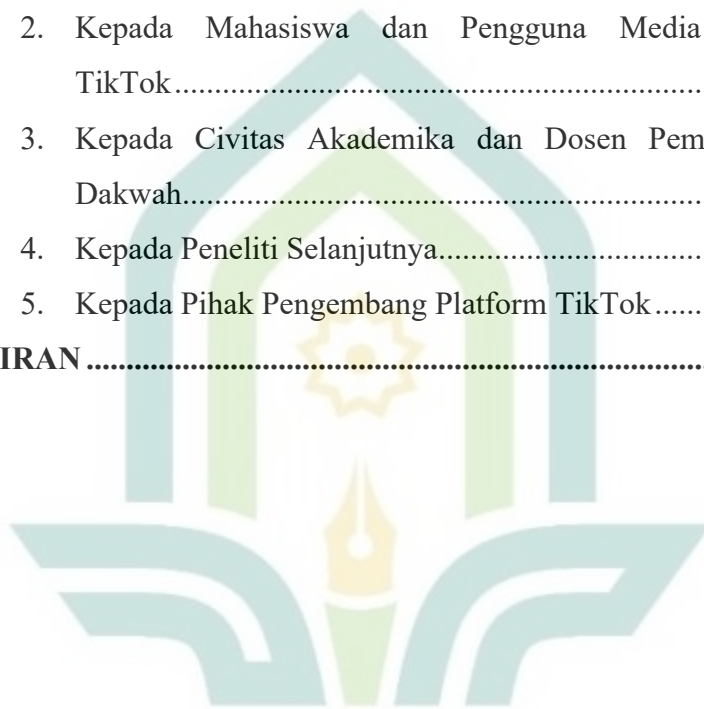
|                                                |              |
|------------------------------------------------|--------------|
| <b>SKRIPSI .....</b>                           | <b>i</b>     |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>  | <b>ii</b>    |
| <b>NOTA PEMBIMBING .....</b>                   | <b>iii</b>   |
| <b>PENGESAHAN .....</b>                        | <b>iv</b>    |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>              | <b>v</b>     |
| <b>PERSEMBAHAN .....</b>                       | <b>ix</b>    |
| <b>MOTTO.....</b>                              | <b>xiii</b>  |
| <b>ABSTRAK.....</b>                            | <b>xiv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                    | <b>xvi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                        | <b>xviii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                     | <b>xxiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                   | <b>xxv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                 | <b>1</b>     |
| A. Latar Belakang Masalah.....                 | 1            |
| B. Rumusan Masalah .....                       | 5            |
| C. Tujuan Penelitian.....                      | 5            |
| 1. Manfaat teoritis .....                      | 6            |
| 2. Manfaat praktis.....                        | 6            |
| E. Tinjauan Pustaka/Teori yang digunakan ..... | 6            |
| 1. Teori Persepsi.....                         | 6            |
| 2. Teori Efek Komunikasi .....                 | 7            |
| 3. Teori Komunikasi Dakwah .....               | 8            |
| 4. Persepsi.....                               | 9            |
| 5. Dakwah.....                                 | 11           |
| 6. Pengertian Media Sosial.....                | 13           |

|                                                       |           |
|-------------------------------------------------------|-----------|
| 7. Tik Tok .....                                      | 14        |
| 8. Kesehatan Mental .....                             | 15        |
| <b>F. Penelitian Relevan .....</b>                    | <b>18</b> |
| G. Kerangka Berfikir .....                            | 23        |
| H. Metodologi Penelitian .....                        | 25        |
| 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....              | 25        |
| 2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                  | 26        |
| 3. Objek dan Subjek Penelitian .....                  | 27        |
| 4. Teknik Pemilihan Informan .....                    | 29        |
| 5. Sumber Data .....                                  | 31        |
| 6. Teknik Pengumpulan Data .....                      | 34        |
| 7. Teknik Analisis Data .....                         | 37        |
| I. Sistematika Penulisan .....                        | 40        |
| <b>BAB II TEORI PERSEPSI,TEORI EFEK KOMUNIKASI,</b>   |           |
| <b>TEORI KOMUNIKASI DAKWAH, MEDIA SOSIAL, TIKTOK,</b> |           |
| <b>DAN KESEHATAN MENTAL .....</b>                     | <b>42</b> |
| A. Teori Persepsi .....                               | 42        |
| 1. Pengertian Persepsi .....                          | 42        |
| 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....     | 43        |
| 3. Persepsi dalam Konteks Penelitian .....            | 46        |
| <b>B. Teori Efek Komunikasi .....</b>                 | <b>47</b> |
| 1. Pengertian Teori Efek Komunikasi .....             | 47        |
| 2. Jenis-Jenis Efek Komunikasi .....                  | 48        |
| 3. Proses Terjadinya Efek Komunikasi .....            | 49        |
| <b>C. Teori Komunikasi Dakwah .....</b>               | <b>51</b> |
| 1. Pengertian Komunikasi Dakwah .....                 | 51        |
| 2. Unsur-unsur Komunikasi Dakwah .....                | 54        |

|                                                              |            |
|--------------------------------------------------------------|------------|
| 3. Metode Dakwah .....                                       | 56         |
| <b>D. Media Sosial .....</b>                                 | <b>58</b>  |
| 1. Pengertian Media Sosial.....                              | 58         |
| 2. Karakteristik Media Sosial .....                          | 58         |
| 1. Fungsi Media Sosial .....                                 | 60         |
| <b>E. Tiktok .....</b>                                       | <b>61</b>  |
| 1. Pengertian Tiktok .....                                   | 61         |
| 2. Sejarah Perkembangan Tiktok .....                         | 62         |
| 3. Fungsi TikTok sebagai Media Sosial .....                  | 63         |
| 4. Tiktok Sebagai Media Dakwah .....                         | 65         |
| <b>F. Kesehatan Mental.....</b>                              | <b>66</b>  |
| 1. Pengertian Kesehatan Mental.....                          | 66         |
| 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesehatan Mental          | 67         |
| 3. Kesehatan Mental dalam Perspektif Islam .....             | 70         |
| <b>BAB III GAMBARAN PROFIL AKUN</b>                          |            |
| <b>TIKTOK@@@ANIQQ.ALFAQIROH DAN DATA INFORMAN</b>            |            |
| <b>PENELITIAN .....</b>                                      | <b>73</b>  |
| <b>A. Profil Akun TikTok.....</b>                            | <b>73</b>  |
| 1. Latar Belakang Akun Tiktok @aniqq.alfaqiro .....          | 73         |
| 2. Peran Akun Dalam Dakwah digital.....                      | 85         |
| 3. Karakteristik Konten Dakwah.....                          | 93         |
| 4. Jenis dan Karakteristik Konten .....                      | 102        |
| <b>B. Persepsi Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid</b>      |            |
| <b>Pekalongan Terhadap Dakwah Kesehatan Mental Pada Akun</b> |            |
| <b>TikTok @aniqq.alfaqiroh .....</b>                         | <b>110</b> |
| 1. Deskripsi Informan .....                                  | 110        |

|                                                                                                                                                              |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>C. Pengalaman Mad'u Setelah Mengonsumsi Konten Kesehatan Mental Dakwah Sebagai Efek Komunikasi Terhadap Mahasiswa.....</b>                                | <b>123</b> |
| 1. Hasil Wawancara Mengenai Efektivitas Cara Penyampaian Dakwah @aniqq.alfaqiroh .....                                                                       | 123        |
| 2. Saran Mahasiswa untuk Konten Dakwah @aniqq.alfaqiroh di TikTok .....                                                                                      | 126        |
| <b>BAB IV ANALISIS HASIL PERSEPSI MAHASISWA UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN TERHADAP DAKWAH KESEHATAN MENTAL DI AKUN TIKTOK @ANIQQ.ALFAQIROH .....</b> | <b>131</b> |
| <b>A. Analisis Persepsi Mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Terhadap Dakwah Kesehatan Mental Pada Akun @aniqq.alfaqiroh .....</b>                 | <b>131</b> |
| 1. Tahap Stimulasi ( <i>Stimulation</i> ).....                                                                                                               | 131        |
| 2. Tahap Organisasi ( <i>Organization</i> ).....                                                                                                             | 138        |
| 3. Tahap Interpretasi dan Evaluasi ( <i>Interpretation and Evaluatio</i> ) .....                                                                             | 142        |
| 4. Tahap Ingatan dan Penarikan Kembali ( <i>Memory and Recall</i> ) .....                                                                                    | 145        |
| <b>B. Analisis Persepsi sebagai Efek Komunikasi.....</b>                                                                                                     | <b>147</b> |
| 1. Efek Kognitif.....                                                                                                                                        | 148        |
| 2. Efek Afektif.....                                                                                                                                         | 151        |
| 3. Efek Konatif (Perilaku) .....                                                                                                                             | 153        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                                                                                                   | <b>158</b> |
| A. Kesimpulan.....                                                                                                                                           | 158        |

|                                                                                                                                           |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1. Persepsi Mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid<br>Pekalongan Terhadap Dakwah Kesehatan Mental pada<br>akun TikTok @aniqq.alfaqiroh ..... | 158        |
| 2. Persepsi Mahasiswa sebagai Efek Komunikasi .....                                                                                       | 159        |
| B. Saran-Saran .....                                                                                                                      | 160        |
| 1. Kepada Pengelola Akun Dakwah Digital (Content<br>Creator).....                                                                         | 160        |
| 2. Kepada Mahasiswa dan Pengguna Media Sosial<br>TikTok.....                                                                              | 161        |
| 3. Kepada Civitas Akademika dan Dosen Pembimbing<br>Dakwah.....                                                                           | 161        |
| 4. Kepada Peneliti Selanjutnya.....                                                                                                       | 161        |
| 5. Kepada Pihak Pengembang Platform TikTok.....                                                                                           | 162        |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                                                                     | <b>175</b> |



## DAFTAR GAMBAR

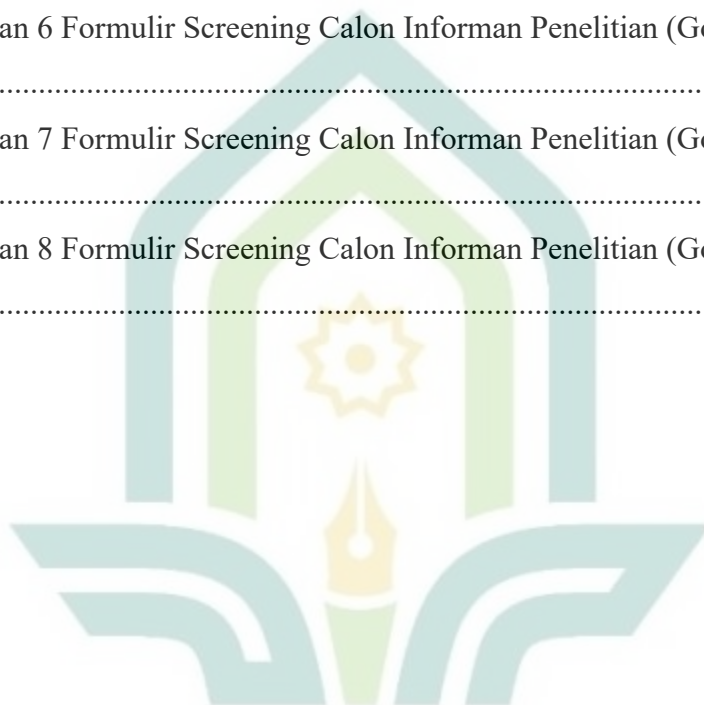
|                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3. 1 Profil Akun TikTok Raudhatul Aniq .....                                                                  | 74 |
| Gambar 3. 2 Tampilan Profil Akun TikTok .....                                                                        | 75 |
| Gambar 3. 3 Tampilan Akun TikTok Ruang Pulih Perempuan .....                                                         | 76 |
| Gambar 3. 4 Tampilan Akun TikTok Spritual Motherhood .....                                                           | 77 |
| Gambar 3. 5 Tampilan Akun Lynk.id Bundaaniq program .....                                                            | 78 |
| Gambar 3. 6 Tampilan Akun Lynk.id Bundaaniq program .....                                                            | 79 |
| Gambar 3. 7 Cuplikan Konten “Kita Semua Sedang Menuju dengan<br>Cerita yang Tak Sama” .....                          | 81 |
| Gambar 3. 8 Cuplikan Konten “Respon Hari Ini Mungkin Adalah<br>Jejak Luka yang Tak Sempat Pulih” .....               | 82 |
| Gambar 3. 9 Cuplikan Konten “Setiap Rasa yang Datang Adalah<br>Undangan untuk Lebih Dekat kepada Allah” .....        | 83 |
| Gambar 3. 10 Cuplikan Konten “Pengaturan Allah Pasti yang<br>Terbaik” .....                                          | 85 |
| Gambar 3. 11 Cuplikan Konten “Dengerin Dulu Aja” di Akun TikTok<br>@aniqq.alfaqiroh .....                            | 87 |
| Gambar 3. 12 Cuplikan Konten “Kita Semua Sedang Menuju dengan<br>Cerita yang Tak Sama” .....                         | 88 |
| Gambar 3. 13 Cuplikan Konten “Rab..maaf” .....                                                                       | 89 |
| Gambar 3. 14 Cuplikan Konten “Sabar, Tak Perlu Buru-Buru” .....                                                      | 90 |
| Gambar 3. 15 Cuplikan Konten Cuplikan Konten “Tips untuk Pulih<br>dari Sesaknya Hati Agar Anda Tenang Kembali” ..... | 91 |
| Gambar 3. 16 Cuplikan Konten “Sebab kuat itu bukan tanpa air Mata”<br>.....                                          | 93 |

|                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3. 17 Cuplikan Konten “Gak Apa-Apa Kok, Gak Baik-Baik Aja (It’s Okay to Not Be Okay)” ..... | 94 |
| Gambar 3. 18 Cuplikan Konten “Menata Jalan Pulang “ .....                                          | 95 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Tabel Data Lengkap Informan .....                                | 155 |
| Lampiran 2 Tabel Dokumentasi Wawancara Dengan Informan .....                | 157 |
| Lampiran 3 Tabel Dokumentasi Wawancara Dengan Informan .....                | 158 |
| Lampiran 4 Tabel Dokumentasi Wawancara Dengan Informan ....                 | 159 |
| Lampiran 5 Tabel Dokumentasi Wawancara Dengan Informan .....                | 160 |
| Lampiran 6 Formulir Screening Calon Informan Penelitian (Google From) ..... | 161 |
| Lampiran 7 Formulir Screening Calon Informan Penelitian (Google From) ..... | 162 |
| Lampiran 8 Formulir Screening Calon Informan Penelitian (Google From) ..... | 163 |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi dakwah di era kontemporer. Jika dahulu dakwah identik dengan ceramah di masjid atau majelis taklim, kini dakwah semakin banyak hadir di ruang digital melalui media sosial. Salah satu platform yang paling banyak digunakan adalah TikTok, dengan keunggulan format video pendek yang ringan, interaktif, dan mudah diakses oleh generasi muda.<sup>1</sup>

Kesehatan mental menjadi isu global yang semakin mendapat perhatian, terutama di kalangan remaja dan mahasiswa. Berdasarkan laporan *The State of the World's Children 2021* yang dirilis oleh UNICEF, lebih dari satu dari tujuh remaja berusia 10 hingga 19 tahun di dunia mengalami gangguan mental yang telah didiagnosis. Setiap tahunnya, sekitar 46.000 remaja meninggal akibat bunuh diri. Survei internasional UNICEF bersama Gallup juga menunjukkan bahwa satu dari lima anak muda berusia 15 hingga 24 tahun di 21 negara sering merasa stres atau kehilangan semangat dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Kondisi serupa juga terjadi di kalangan mahasiswa. Studi *American College Health Association (ACHA)* terhadap lebih dari 5.000 mahasiswa pascasarjana di Amerika Serikat mengungkapkan bahwa dalam satu tahun terakhir, lebih dari separuh

---

<sup>1</sup> Nurdiansyah, F., & Suhartini, T. "Nilai Edukasi Pada Aplikasi Tiktok Di Kalangan Remaja Kota Bandung." *Komunikasiana: Journal Of Communication Studies* 3 (2021): 138–146.

responden mengalami kecemasan berat (55,3%), merasa sangat kesepian (51,8%), dan sepertiga mengalami depresi yang memengaruhi produktivitas mereka (33,5%).<sup>2</sup>

Di Indonesia, persoalan kesehatan mental juga cukup tinggi. Riskesdas Kemenkes (2018) mencatat bahwa 9,8% penduduk usia di atas 15 tahun mengalami gangguan mental emosional. Survei terbaru Katadata Insight Center (2023) mengungkap bahwa 74% Generasi Z pernah mengalami masalah kesehatan mental seperti stres, cemas, dan depresi. Kondisi ini menunjukkan bahwa generasi muda, termasuk mahasiswa, merupakan kelompok yang rentan terhadap masalah kesehatan mental.

Kesehatan mental mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan merupakan isu yang nyata dan perlu mendapat perhatian serius. Hal ini dibuktikan oleh penelitian pada tahun 2022 yang melibatkan 88 mahasiswa aktif UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa mengalami tingkat stres akademik signifikan. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa terapi menulis dapat menjadi metode efektif untuk menurunkan stres, dengan hasil menunjukkan adanya penurunan gejala kecemasan dan peningkatan kontrol emosi pada mahasiswa setelah mengikuti terapi tersebut.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Sa'diyah, M., Naskiyah, N., & Rosyadi, A. R. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Kesehatan Mental Mahasiswa Dalam Pendidikan Agama Islam. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(3), 713–730.

<sup>3</sup> Fatik Nurdiansyah Dan Teti Suhartini, "Terapi Menulis Ekspresif Untuk Menurunkan Stres Akademik Mahasiswa," **Journal Of Uswah And Islamic Psychology (Jousip)** 2, No. 2 (2022): 101–120, <https://doi.org/10.28918/Jousip.V2i2.803>

Isu ini semakin ditegaskan dengan kondisi pada tahun 2025, ketika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan membuka layanan konseling mahasiswa. Dalam waktu singkat, layanan ini telah diikuti oleh 30 mahasiswa, yang menunjukkan tingginya kebutuhan akan dukungan psikologis di kalangan mahasiswa. Dari 30 mahasiswa tersebut, sebagian besar menghadapi masalah non-akademik, seperti konflik keluarga, pertemanan, dan percintaan, sementara sebagian lainnya mengalami tekanan akademik, terutama terkait tugas publikasi ilmiah. Menyikapi hal ini, kampus memperluas dukungan melalui Career Development Center (CDC), serta memperkuat spiritualitas mahasiswa lewat mujahadah dan kajian kitab turats. Data ini menunjukkan bahwa masalah kesehatan mental mahasiswa bukanlah asumsi, melainkan persoalan nyata yang dialami di lingkungan kampus.<sup>4</sup>

Melihat kondisi tersebut, muncul berbagai pendekatan dakwah yang mencoba merespons kebutuhan zaman, salah satunya melalui dakwah bertema kesehatan mental di media sosial TikTok. Konten dakwah seperti yang disampaikan oleh akun @aniqq.alfaqiroh menjadi contoh menarik dari upaya menghadirkan dakwah yang tidak hanya menasihati secara normatif, tetapi juga menyentuh sisi emosional dan psikologis audiens. Gaya penyampaian yang lembut, pilihan diksi yang menenangkan, serta kemasan visual yang menarik

---

<sup>4</sup> UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, “Penguatan Kesehatan Mental Mahasiswa: Perkuat Spiritualitas Dan Buka Layanan Konseling,” Berita Resmi, 11 Juni 2025, Diakses 22 Agustus 2025, <https://www.uingusdur.ac.id/info/penguatan-kesehatan-mental-mahasiswa-perkuat-spiritualitas-dan-buka-layanan-konseling>

menjadikan pesan dakwah lebih mudah diterima dan dirasakan manfaatnya oleh pengguna media sosial, terutama kalangan muda.

Dari sudut pandang Komunikasi dan Penyiaran Islam, fenomena ini penting dikaji karena menggambarkan bagaimana pesan dakwah dikonstruksi, disampaikan, dan diterima melalui media digital. Dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga sebagai proses komunikasi yang membutuhkan strategi, pemahaman terhadap audiens, serta kemampuan mengadaptasi pesan sesuai konteks sosial dan psikologis mad'u.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada persepsi mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terhadap dakwah bertema kesehatan mental pada akun TikTok @aniqq.alfaqiroh. Kajian ini tidak meneliti aspek kesehatan mental itu sendiri, melainkan menelaah bagaimana pesan dakwah tersebut dikomunikasikan, bagaimana audiens memahami dan menilai cara penyampaian, serta sejauh mana pesan tersebut berpengaruh terhadap kesadaran mereka akan nilai-nilai Islam yang menenangkan dan solutif.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menggambarkan persepsi mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terhadap konten dakwah kesehatan mental yang disampaikan oleh akun @aniqq.alfaqiroh, tetapi juga untuk melihat bagaimana mahasiswa memahami isi pesan dakwahnya, menilai cara penyampaian, serta merasakan pengaruhnya terhadap kesadaran mereka akan pentingnya menjaga kesehatan mental. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan

dakwah Islam yang lebih sesuai dengan kondisi sekarang lebih dekat dengan kehidupan anak muda, lebih menyentuh sisi emosional mereka, dan lebih efektif jika disampaikan melalui media sosial seperti TikTok.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana persepsi mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terhadap dakwah kesehatan mental di akun TikTok @aniqq.alfaqiroh?
2. Bagaimana efek komunikasi pada akun TikTok @aniqq.alfaqiroh terhadap persepsi dan pengalaman mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dalam memahami pesan dakwah tentang kesehatan mental melalui media sosial TikTok?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terhadap dakwah kesehatan mental melalui media sosial TikTok, khususnya pada akun @aniqq.alfaqiroh.
3. Untuk mengetahui efek komunikasi pada akun TikTok @aniqq.alfaqiroh terhadap persepsi dan pengalaman mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dalam memahami pesan dakwah tentang kesehatan mental melalui media sosial TikTok?

## **D. Manfaat Penelitian**

Ada dua jenis manfaat penelitian. Secara teoritis dan praktis. Berikut ini manfaat dari penelitian:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang komunikasi, khususnya komunikasi dakwah digital yang berkaitan dengan isu kesehatan mental. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi landasan teoritis dalam memahami bagaimana persepsi audiens, khususnya mahasiswa, terbentuk terhadap pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial TikTok.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi para pendakwah atau konten kreator dalam merancang strategi komunikasi dakwah yang lebih relevan dan efektif, terutama dalam mengangkat isu kesehatan mental di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi lembaga pendidikan dalam mengoptimalkan penggunaan platform digital sebagai media dakwah yang konstruktif dan responsif terhadap kebutuhan psikologis generasi muda.

## **E. Tinjauan Pustaka/Teori yang digunakan**

1. Teori Persepsi

Menurut Joseph A. DeVito, persepsi adalah proses di mana seseorang menyadari objek, peristiwa, atau orang melalui sensasi yang diterima, kemudian menyeleksi, mengorganisasikan, dan menafsirkan informasi tersebut sehingga terbentuk makna subjektif. Proses ini meliputi lima tahap utama, yaitu: (1) stimulasi, (2) organisasi, (3) interpretasi dan evaluasi, (4) memori, dan (5) ingatan kembali. Setiap tahap

ini dipengaruhi oleh faktor internal (seperti pengalaman, nilai, emosi) maupun faktor eksternal (seperti bahasa, simbol, atau tanda nonverbal).<sup>5</sup>

Sementara itu, Jalaluddin Rakhmat menjelaskan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi tidak bersifat pasif, melainkan aktif, karena individu secara selektif menangkap stimulus yang dianggap penting, memberi perhatian pada hal tertentu, lalu menafsirkannya sesuai dengan latar belakang sosial-budaya, kebutuhan, serta kondisi psikologis yang dialaminya.<sup>6</sup>

## 2. Teori Efek Komunikasi

Efek komunikasi adalah segala bentuk pengaruh yang timbul sebagai akibat dari proses penyampaian pesan. Ia menyatakan bahwa komunikasi yang efektif ditandai oleh adanya perubahan dalam diri komunikan sesuai dengan tujuan komunikator. Dengan kata lain, efek komunikasi menunjukkan hasil atau dampak dari proses penyampaian pesan apakah pesan tersebut berhasil mengubah pengetahuan, sikap, atau perilaku seseorang.<sup>7</sup>

Menurut Effendy, efek komunikasi dibedakan menjadi tiga jenis utama, yaitu efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif atau behavioral. Efek kognitif (cognitive effect) berkaitan

---

<sup>5</sup> Joseph A. Devito, *The Interpersonal Communication Book*, 13th Ed. (Boston: Pearson, 2013), Hlm. 72–74.

<sup>6</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Edisi Revisi, Hlm. 51–53

<sup>7</sup> Slamet S., “Efektivitas Komunikasi dalam Dakwah Persuasif,” *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah*, Vol. XX, 2020, hlm. 45.

dengan perubahan pengetahuan atau wawasan seseorang setelah menerima pesan komunikasi, misalnya audiens menjadi tahu tentang pentingnya menjaga kesehatan mental setelah menonton konten dakwah bertema kesehatan di TikTok. Efek afektif (*affective effect*) menyangkut perubahan sikap, perasaan, atau emosi; dalam konteks dakwah, efek ini terjadi ketika audiens merasa lebih tenang, tersentuh, atau termotivasi setelah mendengarkan pesan keagamaan yang disampaikan dengan empati dan kelembutan. Sementara itu, efek konatif atau *behavioral* (*conative/behavioral effect*) berupa perubahan perilaku nyata setelah menerima pesan komunikasi, misalnya audiens mulai menerapkan nilai-nilai dakwah dalam kehidupan sehari-hari, seperti meningkatkan ibadah atau lebih terbuka membicarakan kesehatan mental. Ketiga efek ini saling berhubungan, di mana efek kognitif biasanya mendahului efek afektif dan pada akhirnya melahirkan efek konatif.<sup>8</sup>

### 3. Teori Komunikasi Dakwah

Komunikasi da'wah merupakan proses penyampaian pesan-pesan keagamaan yang bertujuan untuk membimbing individu maupun kelompok agar memahami, menerima, dan mengamalkan ajaran Islam.<sup>9</sup> Proses ini menekankan pada interaksi yang persuasif dan relevan sehingga dapat

---

<sup>8</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 14.

<sup>9</sup> Hamdan Daulay & Evi Septiani T.H., "Komunikasi dan Dakwah: Strategi Komunikasi dalam Penguatan Wawasan Keislaman Remaja," *Kalijaga Journal of Communication*, 2020, hlm. 78.

mempengaruhi sikap, pemikiran, dan perilaku penerima pesan sesuai prinsip-prinsip Islam.

Dalam praktiknya, komunikasi da'wah dapat dilakukan melalui tatap muka, media cetak, audio-visual, maupun media digital.<sup>10</sup> Keefektifan komunikasi da'wah sangat bergantung pada strategi penyampaian pesan yang sesuai dengan karakteristik audiens dan konteks sosial budaya mereka. Beberapa penelitian menekankan bahwa pendekatan personal (interpersonal) maupun massa (mass communication) sama-sama penting untuk menjangkau audiens yang berbeda<sup>11</sup>

#### 4. Persepsi

##### a) Pengertian persepsi

Persepsi merupakan hasil dari interaksi kompleks antara stimulus yang diterima melalui indera dan proses kognitif yang berlangsung dalam pikiran individu, di mana seseorang secara aktif menyaring, menafsirkan, dan memberikan makna pada informasi yang diterima. Dalam penelitian mereka mengenai mahasiswa Ilmu Komunikasi, ditemukan bahwa persepsi mahasiswa terhadap TikTok dipengaruhi

---

<sup>10</sup> Aang Ridwan, "Dakwah dan Digital Culture: Membangun Komunikasi Dakwah di Era Digital," *LANTERA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2024, hlm. 32.

<sup>11</sup> Hamdan Daulay & Evi Septiani T.H., "Komunikasi dan Dakwah: Strategi Komunikasi dalam Penguatan Wawasan Keislaman Remaja," *Kalijaga Journal of Communication*, 2020, hlm. 80-82.

oleh kesadaran diri, pemahaman konteks sosial, dan pengalaman digital masa lalu.<sup>12</sup>

b) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Dengan demikian, persepsi bukan hanya soal menerima informasi, tetapi lebih jauh mencerminkan cara seseorang memaknai informasi tersebut dan mengambil keputusan berdasarkan makna tersebut. Persepsi seseorang tidak terbentuk secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi faktor-faktor ini meliputi:

- 1) Pengalaman pribadi: Pengalaman masa lalu akan membentuk kerangka berpikir yang memengaruhi penilaian terhadap suatu informasi. Misalnya, mahasiswa yang pernah mengalami gangguan mental akan lebih sensitif terhadap pesan dakwah yang menyinggung kesehatan mental.
- 2) Nilai dan budaya: Latar belakang sosial-budaya membentuk norma yang mempengaruhi persepsi terhadap konten keagamaan. Budaya yang terbuka terhadap isu mental health akan lebih mudah menerima dakwah dengan topik tersebut
- 3) Kebutuhan emosional dan psikologis: Seseorang akan lebih mudah memahami dan menerima informasi yang

---

<sup>12</sup> Qisti, S. Maslihah, Dan M. A. Musthofa, Pengaruh Persepsi Komunikasi Interpersonal Orang Tua Terhadap Regulasi Diri Mahasiswa, Jurnal Psikologi Insight, Vol. 9, No. 1 (2025), Hlm. 71 H. N

sesuai dengan kondisi emosional atau kebutuhan psikologisnya

- 4) Lingkungan sosial dan kelompok referensi: Opini dari teman sebaya, dosen, atau keluarga bisa membentuk persepsi terhadap pesan yang diterima melalui media sosial.
- 5) Cara penyampaian pesan: Gaya bahasa, nada suara, visualisasi, durasi video, hingga penggunaan humor juga sangat memengaruhi bagaimana pesan dipersepsikan.<sup>13</sup>

## 5. Dakwah

### a) Pengertian Dakwah

Secara etimologis, kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab “da’wah” (الدعوة), yang terdiri dari tiga huruf dasar: dal, ‘ain, dan wawu. Dari akar kata ini, muncul berbagai istilah dengan makna yang beragam, seperti memanggil, mengundang, meminta pertolongan, memohon, menamai, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan sesuatu terjadi, membawa sesuatu, mendoakan, hingga meratapi atau menangisi. Dakwah merupakan sarana untuk mengajak manusia menuju jalan Allah. Tujuan utama dakwah adalah menyampaikan pesan-pesan moral dan kebaikan kepada seluruh masyarakat, baik yang beragama Islam maupun non-Islam. Inti dari dakwah adalah mengarahkan manusia menuju

---

<sup>13</sup> M. I. Rizkia, Dakwah Digital Dan Respons Generasi Z: Studi Persepsi Terhadap Konten Dakwah Mental Health Di Tiktok, Jurnal Komunikasi Islam Dan Dakwah Digital, Vol. 5, No. 2 (2023), Hlm. 215.

perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai kebaikan. Keberhasilan dakwah terlihat ketika pesan yang disampaikan mampu diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.<sup>14</sup>

Beberapa tokoh memberikan definisi mengenai dakwah, di antaranya:

- 1) Dr. M. Quraish Shihab mengartikan dakwah sebagai proses mengajak seseorang menuju kesadaran diri dan perubahan yang lebih positif, baik pada tingkat individu maupun masyarakat. Dakwah, menurutnya, harus mencerminkan penerapan nilai-nilai Islam secara menyeluruh, khususnya di tengah tantangan zaman modern.<sup>15</sup>
- 2) M. Natsir menyebut dakwah sebagai upaya menyampaikan pandangan hidup Islam kepada individu maupun masyarakat luas. Hal ini meliputi ajakan untuk berbuat baik (al-amr bi al-ma'ruf) dan menjauhi perbuatan buruk (an-nahyu 'an al-munkar), dengan memanfaatkan metode dan media yang sesuai dengan nilai-nilai moral Islam serta memberikan bimbingan dalam kehidupan sosial dan kenegaraan.<sup>16</sup>
- 3) Prof. H.M. Arifin, M.Ed. menjelaskan bahwa dakwah adalah usaha sadar dan sistematis dalam mengajak

---

<sup>14</sup> Aziz, M. A. (2024). *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Prenada Media.

<sup>15</sup> M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*, (Bandung: Mizan, 1992), hlm. 182.

<sup>16</sup> Mohammad Natsir, *Fiqhud Dakwah*, (Jakarta: Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, 2000), hlm. 15.

manusia menggunakan berbagai metode seperti lisan, tulisan, perbuatan, atau bentuk lainnya, dengan tujuan memengaruhi individu atau kelompok agar memahami dan menjalankan ajaran Islam tanpa unsur paksaan.<sup>17</sup>

Kesimpulannya, dakwah merupakan proses penyampaian ajaran Islam yang dilakukan secara terstruktur, sadar, dan tanpa paksaan. Aktivitas ini tidak hanya bertujuan menyampaikan pesan, tetapi juga dirancang untuk mempengaruhi dan mengubah perilaku masyarakat menggunakan agar sesuai dengan ajaran Islam. Untuk itu, dakwah harus mempertimbangkan kondisi audiens, memilih materi yang tepat, dan pendekatan yang sesuai agar pesan dapat diterima dengan baik.<sup>18</sup>

#### 6. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan platform daring yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk berinteraksi, berbagi, serta menciptakan berbagai jenis konten, seperti blog, jejaring sosial, wiki, dan forum. Di antara berbagai jenis tersebut, blog, jejaring sosial, dan wiki adalah yang paling banyak digunakan. Media sosial juga dapat dipahami sebagai sarana online yang mendukung interaksi dua arah dengan memanfaatkan teknologi web. Menurut Kaplan dan Haenlein, media sosial adalah aplikasi berbasis Web 2.0 yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan konten secara luas. Salah

---

<sup>17</sup> H.M. Arifin, Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi, (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), hlm. 12.

<sup>18</sup> Berdasarkan sintesis dari pendapat M. Quraish Shihab, Wawasan Al-Qur'an (Bandung: Mizan, 1996), hlm. 512; M. Natsir, Fiqhud Dakwah (Jakarta: Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, 2000), hlm. 15; H.M. Arifin, Psikologi Dakwah (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), hlm. 35.

satu bentuk media sosial yang paling populer adalah jejaring sosial, di mana pengguna dapat membuat profil pribadi dan berkomunikasi dengan orang lain.<sup>19</sup>

## 7. Tik Tok

### a) Definisi Tiktok

TikTok, aplikasi asal Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016, telah menjadi salah satu yang paling populer di dunia. Menurut Business of Apps, pada 2022, jumlah pengguna aktif TikTok mencapai 1,6 miliar, meningkat 32,1% dibandingkan tahun sebelumnya. Di Indonesia, TikTok memiliki 109,9 juta pengguna, menempatkan negara ini di urutan kedua pengguna terbanyak. Kompas mencatat bahwa 42% pengguna TikTok adalah Generasi Z (18-24 tahun), yang rata-rata menghabiskan 58 menit per hari di platform tersebut pada 2023. Pengguna TikTok sering kali menghabiskan waktu berjam-jam untuk membuat atau menonton konten. Banyak mahasiswa menggunakan TikTok di waktu luang, yang mengganggu kegiatan belajar dan aktivitas lainnya, sementara sebagian menggunakannya sebagai hiburan dan stress.<sup>20</sup>

Aplikasi TikTok menghadirkan beberapa fitur seperti merekam suara, merekam video, backsound, edit gambar atau

---

<sup>19</sup> Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.

<sup>20</sup> M. Zaputri, "Dampak Kecanduan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Iain Batusangkar," Publikasi Iain Batusangkar, Batusangkar, 2021

video, bagikan video dan duet dengan pengguna aplikasi TikTok lainnya . Fitur-fitur yang dimiliki aplikasi beragam dan mampu memudahkan dalam proses pembelajaran, serta pemanfaatan. plikasi ini juga secara teknis memberikan kemudahan dengan istilah “*user friendly*”, artinya bagi pengguna yang mengharapkan konten yang mereka inginkan sangat mudah untuk mereka dapatkan.<sup>21</sup>

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengklasifikasikan TikTok sebagai media sosial meliputi:

- 1) Dampak Positif dan Negatif Penggunaan TikTok memiliki sisi baik dan buruk, tergantung pada bagaimana pengguna memanfaatkannya.
- 2) Kreativitas dalam Penggunaan TikTok Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan ide-ide mereka dalam berbagai bentuk video dengan cara yang unik dan mudah.

TikTok memberikan ruang bagi pengguna untuk tidak hanya menonton dan mengikuti tren, tetapi juga menciptakan konten sesuai dengan kreativitas mereka. Beragam jenis video dapat dibuat, termasuk tarian, lipsync, hingga tantangan (tantangan) yang diperkenalkan oleh pengguna lain. Sebagai platform hiburan, TikTok banyak digunakan karena mampu memberikan kesenangan bagi penggunanya

## 8. Kesehatan Mental

---

<sup>21</sup> F. Nurdiansyah Dan T. Suhartini, “Nilai Edukasi Pada Aplikasi Tiktok Di Kalangan Remaja Kota Bandung,” *Komunikasiana: Journal Of Communication Studies*, Vol. 3, Hlm. 138-146, 2021

a. Definisi kesehatan mental

Secara etimologi, istilah “*Mental Hygiene*” terbentuk dari dua kata, yaitu “mental” dan “*hygiene*”. Kata “mental” berasal dari bahasa Latin “mens” atau “mentis”, yang berarti jiwa, roh, sukma, semangat, atau nyawa. Di sisi lain, dalam bahasa Yunani, “hygiene” berarti ilmu tentang kesehatan. Dengan demikian, kesehatan mental dapat dipahami sebagai cabang dari ilmu kesehatan yang berfokus pada aspek mental, yang juga sering disebut sebagai psikohygiene.<sup>22</sup> Menurut Merriam Webster, kesehatan mental adalah keadaan emosional dan psikologis yang seimbang, di mana seseorang dapat mengekspresikan diri secara sehat, mengelola stres dengan baik, serta menjalin hubungan sosial yang positif.

Berdasarkan definisi para ahli, dapat disimpulkan bahwa kesehatan mental merupakan keadaan di mana seseorang memiliki keseimbangan emosional dan psikologis yang stabil, mampu mengelola stres, menjalin hubungan sosial yang sehat, serta berfungsi secara maksimal dalam aktivitas sehari-hari. Kesehatan mental juga berkaitan dengan kemampuan individu untuk mengekspresikan diri secara positif dan produktif.<sup>23</sup>

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesehatan mental

---

<sup>22</sup> Handayani, E. S. (2022). Kesehatan Mental (Mental Hygiene).

<sup>23</sup> Irene Presilia Ilat, Jufita Tapada, Claudia Durandt, Dan Febrianti Koyongian, “Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Kesehatan Mental Remaja,” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, No. 10 (2023): 830-837.

Kesehatan mental dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti biologi, psikologis, sosial, ekonomi, religiusitas, dan lingkungan yang saling berinteraksi dengan cara yang kompleks (Mrazek & Haggerty, 1994; Rogers & Pilgrim, 2005). Faktor demografi seperti usia, jenis kelamin, dan etnis juga menjadi penentu penting dalam mempengaruhi paparan risiko serta faktor perlindungan sepanjang hidup. Menurut Daradjat (2001), Secara umum, kesehatan mental berdasarkan dua jenis faktor, yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup aspek-aspek seperti kepribadian, keadaan fisik, tahap perkembangan dan kematangan, kondisi psikologis, tingkat keberagamaan, cara seseorang menyikapi permasalahan hidup, makna hidup yang dimiliki, serta kemampuan menjaga keseimbangan dalam berpikir.

Menurut Notosoedirdjo dan Latipun, kondisi kesehatan mental ditentukan oleh berbagai unsur, baik yang berasal dari dalam individu (internal) maupun dari lingkungan sekitar (eksternal). Kedua faktor ini memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kesehatan mental seseorang. Faktor internal mencakup aspek biologis dan psikologis, sementara faktor eksternal meliputi pengaruh sosial dan budaya.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Suryanto Aloysius Dan Nada Salvia, "Analisis Kesehatan Mental Mahasiswa Perguruan Tinggi X Pada Awal Terjangkitnya Covid-19 Di Indonesia," *Jurnal Citizenship Virtues* 1, No. 2 (2021): 83-97.

Dalam Islam, kesehatan mental adalah kemampuan seseorang dalam mengelola jiwanya dan menyesuaikan diri dengan lingkungan, diri sendiri, dan orang lain, berdasarkan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah, untuk meraih kebahagiaan dunia dan akhirat. Islam memandang gangguan jiwa serupa dengan pandangan para ahli, serta menekankan pentingnya menjaga kesehatan mental, mencegah gangguan kejiwaan, dan menyembuhkan kondisi jiwa yang terganggu.<sup>25</sup>

#### **F. Penelitian Relevan**

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu:

1. Penelitian skripsi oleh Fitri Rhamadani (2022) yang berjudul “Persepsi Mahasiswa dalam Menyikapi Dakwah Sandi Setiadi melalui Media Sosial TikTok” menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa KPI terhadap penyampaian dakwah oleh Sandi Setiadi di TikTok. Penelitian ini bertujuan memahami sejauh mana mahasiswa merespons konten dakwah yang disampaikan dengan gaya kekinian melalui media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan respon positif terhadap dakwah Sandi Setiadi karena

---

<sup>25</sup> Purmansyah Ariadi, “Kesehatan Mental Dalam Perspektif Islam,” Syifa'medika: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan 3, No. 2 (2020): 118-127.

penyampiannya dianggap ringan, komunikatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian persepsi mahasiswa KPI terhadap konten dakwah di TikTok. Sementara perbedaannya, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada akun @aniqq.alfaqiroh yang membahas dakwah seputar kesehatan mental, sedangkan Fitri Rhamadani meneliti persepsi terhadap figur dai muda secara umum tanpa fokus pada tema kesehatan mental.<sup>26</sup>

2. Monica Amelia Putri (2023) Skripsi oleh Monica Amelia Putri yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap Dakwah melalui Aplikasi TikTok di UIN Raden Intan Lampung” menggunakan metode kualitatif untuk menggali pandangan mahasiswa KPI terhadap penggunaan TikTok sebagai media dakwah, khususnya pada akun @syam\_elmarusy. Penelitian ini bertujuan mengetahui sejauh mana mahasiswa menganggap TikTok sebagai media yang relevan dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memandang TikTok sebagai platform yang menarik dan cocok untuk berdakwah karena kontennya mudah diakses dan ringan, meskipun masih ada citra negatif dari masyarakat luas terhadap aplikasi tersebut. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji persepsi mahasiswa terhadap konten dakwah di TikTok,

---

<sup>26</sup> Fitri Rhamadani, Persepsi Mahasiswa dalam Menyikapi Dakwah Sandi Setiadi melalui Media Sosial TikTok, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2022.

sementara perbedaannya terletak pada objek yang dikaji, di mana penelitian ini memusatkan perhatian pada akun @aniqq.alfaqiroh dengan konten dakwah seputar kesehatan mental.<sup>27</sup>

3. Darty Herma Nurila (2023) Penelitian oleh Darty Herma Nurila dalam skripsinya yang berjudul “Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Penggunaan TikTok sebagai Media Dakwah” dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan menggali pandangan mahasiswa KPI mengenai TikTok sebagai media yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa KPI memiliki pandangan terbuka terhadap penggunaan TikTok sebagai media dakwah, terutama jika kontennya disesuaikan dengan gaya komunikasi anak muda saat ini. Mahasiswa juga menilai bahwa TikTok dapat menjadi jembatan antara pendakwah dan audiens muda. Adapun persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas persepsi mahasiswa KPI terhadap dakwah di TikTok. Perbedaannya terletak pada fokus kajian yang dalam penelitian ini lebih diarahkan pada satu akun dakwah (@aniqq.alfaqiroh) dan kontennya yang membahas kesehatan mental, bukan dakwah secara umum.<sup>28</sup>
4. Ramadani Ginting et al. (2024) Artikel ilmiah karya Ramadani Ginting dan tim yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah di

---

<sup>27</sup> Monica Amelia Putri, Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap Dakwah melalui Aplikasi TikTok di UIN Raden Intan Lampung, Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2023.

<sup>28</sup> Darty Herma Nurila, Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Penggunaan TikTok sebagai Media Dakwah, Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2023.

Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara” menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana konten dakwah di TikTok dapat memengaruhi tingkat religiusitas mahasiswa KPI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah di TikTok memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan religiusitas mahasiswa sebesar 22,7%. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga dapat membentuk pemahaman dan pengalaman keagamaan. Adapun persamaan dengan penelitian ini terletak pada objek kajian yaitu mahasiswa KPI dan platform TikTok, namun perbedaannya cukup mencolok, yaitu dari segi pendekatan penelitian (kuantitatif vs kualitatif) dan fokus pembahasan (pengaruh terhadap religiusitas vs persepsi terhadap dakwah bertema kesehatan mental).

5. Hanifah Alma Daniah et al. (2024) Penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Alma Daniah dan rekan-rekannya dalam jurnal yang berjudul “Analisis Persepsi Mahasiswa KPI IAI AL-AZIS terhadap Penggunaan TikTok sebagai Media Dakwah” menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis sejauh mana mahasiswa memandang efektivitas TikTok sebagai media dakwah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon mahasiswa KPI terhadap konten-konten dakwah yang tersebar di TikTok. Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa merespons secara positif jika konten dakwah tersebut disampaikan secara menarik, singkat, dan mudah dipahami. Hal

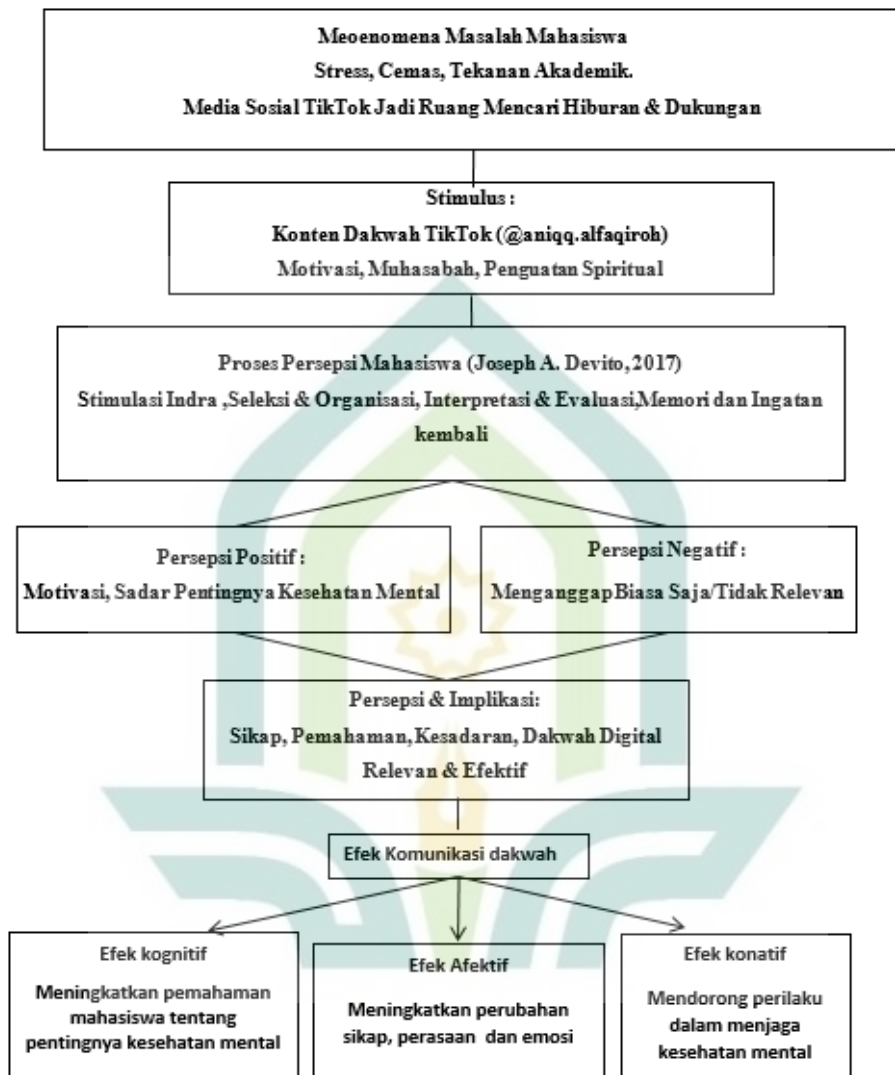
ini menunjukkan pentingnya gaya komunikasi dan penyampaian yang disesuaikan dengan karakteristik media sosial. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang penulis lakukan terletak pada aspek persepsi mahasiswa terhadap TikTok sebagai media dakwah. Perbedaannya adalah penelitian ini tidak mengkaji akun tertentu atau tema kesehatan mental secara spesifik, sedangkan penelitian penulis terfokus pada akun @aniqq.alfaqiroh dengan konten dakwah yang menekankan isu kesehatan mental.<sup>29</sup>



---

<sup>29</sup> Ramadani Ginting dkk., “Pengaruh Konten Dakwah di Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara,” *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*, Vol. 5 No. 1, 2024.

## G. Kerangka Berfikir



**Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir**

Persepsi merupakan aspek penting dalam komunikasi karena menentukan bagaimana individu menerima, memahami, dan menafsirkan pesan yang disampaikan. Tanpa adanya persepsi yang

tepat, pesan komunikasi berpotensi ditangkap secara keliru sehingga tujuan komunikasi tidak tercapai.

Menurut Joseph A. DeVito, persepsi adalah proses ketika seseorang menyadari objek, peristiwa, atau orang melalui sensasi yang diterima, kemudian menyeleksi, mengorganisasikan, dan menafsirkannya sehingga terbentuk makna subjektif. Proses persepsi ini terdiri atas lima tahap utama, yaitu:

Stimulasi (stimulation): tahap ketika individu menerima stimulus melalui pancaindra.

1. Stimulasi ( Stimulation) : tahap awal dalam proses persepsi, yaitu saat individu menerima rangsangan atau stimulus dari lingkungan melalui pancaindra seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba, dan pengecap.
2. Organisasi (organization): tahap pengelompokan stimulus agar lebih mudah dipahami.
3. Interpretasi dan Evaluasi (interpretation–evaluation): tahap pemberian makna dan penilaian terhadap stimulus.
4. Memori (memory): tahap penyimpanan informasi yang telah ditafsirkan.
5. Ingatan kembali (recall): tahap ketika informasi yang tersimpan dipanggil kembali saat dibutuhkan.

DeVito menekankan bahwa persepsi tidak bersifat netral, melainkan dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengalaman, emosi, motivasi, serta faktor eksternal seperti bahasa, simbol, dan konteks sosial. Dengan demikian, persepsi setiap individu bisa

berbeda meskipun stimulus yang diterima sama.<sup>30</sup>

Dalam konteks penelitian ini, teori persepsi menurut DeVito digunakan untuk memahami bagaimana mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan menangkap, menilai, dan menafsirkan pesan dakwah kesehatan mental yang disampaikan melalui akun TikTok @aniqq.alfaqiroh. Melalui perspektif fenomenologi interpretatif (IPA), teori persepsi ini akan membantu peneliti menggali makna subjektif mahasiswa terhadap pesan dakwah yang mereka terima.

## H. Metodologi Penelitian

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi interpretatif atau Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam pengalaman subjektif mahasiswa dalam menerima, menafsirkan, dan memaknai dakwah kesehatan mental melalui akun TikTok @aniqq.alfaqiroh. IPA berasumsi bahwa setiap individu adalah subjek aktif yang memberi makna pada pengalamannya, sehingga peneliti berperan menafsirkan makna tersebut.<sup>31</sup> Dengan menggunakan IPA, penelitian ini akan berfokus pada proses interpretasi atas pengalaman mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan ketika mereka mengonsumsi

---

<sup>30</sup> Joseph A. Devito, Hlm. 72–74.

<sup>31</sup> Smith, Jonathan A., Paul Flowers, & Michael Larkin. *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method And Research*. London: Sage, 2009.

konten dakwah kesehatan mental di TikTok. Melalui wawancara mendalam, peneliti akan menggali persepsi, pemahaman, dan makna yang mereka temukan dari konten tersebut.

## 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa UIN merupakan bagian dari generasi muda yang aktif menggunakan media sosial, termasuk TikTok, serta memiliki ketertarikan terhadap isu-isu keagamaan dan kesehatan mental. Dengan demikian, lingkungan akademik UIN menjadi konteks yang relevan untuk meneliti persepsi mahasiswa terhadap dakwah digital bertema kesehatan mental.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua cara, yaitu secara langsung dan daring. Pengumpulan data secara daring dilakukan melalui penyebaran Google Form yang berfungsi sebagai alat penyaringan (screening) untuk menentukan informan yang sesuai dengan kriteria penelitian. Setelah tahap penyaringan selesai, peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan informan terpilih guna memperoleh data yang lebih mendalam mengenai pandangan dan pengalaman mereka terkait dakwah digital tersebut.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus hingga November 2025, bertepatan dengan masa aktif perkuliahan semester ganjil tahun akademik 2025/2026. Pada periode ini, peneliti melakukan tahapan pengumpulan data, mulai dari penyebaran kuesioner daring, wawancara melalui langsung, hingga proses analisis data. Pemilihan waktu tersebut diharapkan

dapat memberikan gambaran yang aktual mengenai pengalaman dan persepsi mahasiswa terhadap dakwah digital bertema kesehatan mental di TikTok.

### 3. Objek dan Subjek Penelitian

#### a. Objek penelitian

Objek penelitian merupakan segala sesuatu yang menjadi fokus perhatian peneliti untuk dikaji secara mendalam dalam rangka menjawab rumusan masalah penelitian.<sup>32</sup> Objek dalam penelitian ini adalah konten dakwah kesehatan mental yang disampaikan melalui akun TikTok bernama @aniqq.alfaqiroh. Konten yang dimaksud mencakup video-video pendek bertema kesehatan mental yang dikemas dalam nuansa dakwah Islam, seperti motivasi Islami, ayat Al-Qur'an atau hadis yang dikaitkan dengan kesehatan jiwa, serta ajakan menjaga mental secara spiritual. Objek ini dipilih karena akun tersebut aktif membahas isu kesehatan mental dalam perspektif keislaman yang disampaikan secara ringan, relatable, dan menggunakan pendekatan komunikasi dakwah yang khas. Peneliti menaruh perhatian khusus pada cara penyampaian pesan dalam video TikTok tersebut, baik dari segi gaya komunikasi, struktur isi pesan, nilai-nilai keagamaan yang diangkat, maupun respon dari audiens, terutama mahasiswa. Konten dakwah di akun TikTok ini menarik untuk diteliti karena merepresentasikan bagaimana

---

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 38.

nilai-nilai keislaman disiarkan melalui media sosial dengan memanfaatkan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik generasi muda. Dalam hal ini, peneliti menaruh perhatian pada cara penyampaian pesan dakwah, meliputi gaya komunikasi yang digunakan, struktur pesan, penggunaan bahasa yang persuasif, nilai-nilai keagamaan yang diangkat, serta bagaimana audiens terutama mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan menanggapi pesan tersebut di ruang digital.

b. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah individu atau kelompok yang menjadi sumber informasi utama dalam penelitian, yang diharapkan dapat memberikan data yang relevan dengan fokus kajian.<sup>33</sup> Subjek penelitian berfungsi sebagai pihak yang memiliki pengalaman, pemahaman, dan keterlibatan langsung terhadap fenomena yang diteliti, sehingga mampu memberikan informasi mendalam dan bermakna bagi peneliti.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Mahasiswa dipilih karena mereka merupakan bagian dari generasi muda yang sangat aktif menggunakan media sosial, termasuk TikTok, sebagai sarana komunikasi, hiburan, dan juga ruang untuk mengakses konten dakwah

---

<sup>33</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 172.

digital. Selain itu, mahasiswa juga merupakan kelompok usia yang sedang berada pada fase perkembangan emosional dan intelektual yang penting, sehingga rentan terhadap isu-isu kesehatan mental.

Keterlibatan mahasiswa UIN sebagai subjek penelitian juga didasarkan pada relevansi antara latar belakang akademik mereka dan tema penelitian ini, yaitu dakwah digital bertema kesehatan mental. Sebagai civitas akademika di lingkungan universitas Islam, mahasiswa memiliki kecenderungan untuk memaknai pesan-pesan dakwah tidak hanya dari sisi keagamaan, tetapi juga dari perspektif sosial dan psikologis. Dengan demikian, mereka menjadi subjek yang tepat untuk menggali bagaimana pesan dakwah yang disampaikan melalui platform digital khususnya TikTok dapat dipahami, direspon, dan diinternalisasi dalam kehidupan mereka sehari-hari.

#### 4. Teknik Pemilihan Informan

Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan subjek secara sengaja berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian.<sup>34</sup> Teknik ini dipilih karena penelitian bersifat kualitatif, yang menekankan kedalaman informasi, bukan pada jumlah partisipan. Dengan *purposive sampling*, peneliti dapat memilih informan yang benar-benar

---

<sup>34</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 107.

memahami dan memiliki pengalaman langsung terkait fenomena yang diteliti.

purposive sampling merupakan teknik pemilihan informan dengan pertimbangan tertentu, di mana informan dipilih karena dianggap paling mengetahui situasi sosial yang diteliti dan mampu memberikan data secara mendalam.<sup>35</sup> Teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana mahasiswa memaknai dakwah digital bertema kesehatan mental di TikTok.

Dalam penelitian ini, jumlah informan yang dilibatkan sebanyak 16 mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penambahan jumlah ini dilakukan karena selama proses wawancara ditemukan adanya variasi pengalaman dan pemaknaan di antara mahasiswa yang memperkaya hasil penelitian. Jumlah tersebut dianggap memadai karena penelitian mencapai titik jenuh data (data saturation), yakni kondisi di mana wawancara tambahan tidak lagi menghasilkan informasi baru.<sup>36</sup>

Adapun kriteria informan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa aktif UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang tidak sedang menjalani masa cuti akademik, sehingga dapat memberikan pandangan aktual tentang kegiatan

---

<sup>35</sup> Ibid., hlm. 108.

<sup>36</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 157.

perkuliahan dan dinamika kehidupan kampus yang relevan dengan tema penelitian.

- b. Pernah menonton dan mengikuti akun TikTok @aniqq.alfaqiroh selama minimal tiga bulan terakhir, agar informan memiliki pengalaman cukup dalam mengamati konten dakwah digital yang disajikan, termasuk pesan-pesan yang berkaitan dengan kesehatan mental.
- c. Memiliki perhatian terhadap isu kesehatan mental, baik berdasarkan pengalaman pribadi, lingkungan sekitar, maupun ketertarikan akademis terhadap topik tersebut.
- d. Bersedia dan mampu memberikan informasi secara terbuka dan mendalam, baik melalui wawancara langsung maupun komunikasi daring, sehingga data yang diperoleh kaya dan valid secara kualitatif.

Melalui penerapan teknik purposive sampling dengan kriteria tersebut, peneliti dapat menjaring informan yang benar-benar relevan dengan fokus penelitian dan mampu memberikan pandangan yang komprehensif mengenai persepsi mahasiswa terhadap dakwah digital bertema kesehatan mental di TikTok.

## 5. Sumber Data

Dalam suatu penelitian, sumber data memiliki peranan penting karena menjadi dasar bagi peneliti dalam memperoleh informasi yang relevan dengan fokus kajian. Sumber data membantu peneliti memahami fenomena secara lebih mendalam serta memastikan bahwa data yang dikumpulkan bersifat valid dan

dapat dipertanggungjawabkan.<sup>37</sup> Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau informan penelitian melalui proses wawancara, observasi, atau interaksi langsung di lapangan. Menurut penelitian yang dimuat dalam Jurnal Ekonomi dan Sosial data primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari narasumber melalui wawancara atau observasi yang dilakukan di lokasi penelitian.<sup>38</sup>

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan 16 mahasiswa aktif UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang dipilih sebagai informan. Sebelum pelaksanaan wawancara, peneliti menggunakan Google Form sebagai tahap penyaringan awal (screening) untuk menentukan calon informan yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Selain itu, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap konten-konten dakwah bertema kesehatan mental pada media sosial milik Kak Aniq, khususnya melalui akun TikTok @aniqq.alfaqiroh. Observasi ini dilakukan untuk

---

<sup>37</sup> Maulana, A., & Siregar, N. (2022). Sumber Data, Subjek Penelitian, dan Isu Terkait dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(6), 7929–7936. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i6.1567>

<sup>38</sup> Jurnal Ekonomi dan Sosial Universitas Muhammadiyah Kudus, “Analisis Data Primer dan Sekunder dalam Penelitian Lapangan,” Vol. 3 No. 2 (2021), hlm. 4.

memahami penyampaian pesan, topik yang dibahas, serta bentuk dakwah yang disajikan dalam setiap konten.

Wawancara dilakukan secara tatap muka agar peneliti dapat menggali informasi secara mendalam mengenai persepsi, pengalaman, dan pandangan mahasiswa terhadap konten dakwah bertema kesehatan mental pada akun TikTok @aniqq.alfaqiroh. Dengan demikian, data primer berfungsi sebagai sumber utama penelitian karena menggambarkan pandangan langsung dari informan mengenai fenomena

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber tertulis atau dokumen yang sudah ada sebelumnya, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel daring, dan laporan penelitian.<sup>39</sup> Dalam penelitian yang diterbitkan oleh Jurnal Kalacakra, dijelaskan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen, arsip, atau literatur yang relevan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai buku, jurnal ilmiah, skripsi, artikel online, dan sumber media sosial yang berkaitan dengan tema dakwah digital dan kesehatan mental. Data sekunder ini berfungsi untuk memperkuat analisis teori, konteks sosial, dan hasil temuan lapangan, serta membantu peneliti memahami

---

<sup>39</sup> Jurnal Kalacakra Universitas Tidar, "Penggunaan Data Sekunder dalam Penelitian Kualitatif," Vol. 4 No. 1 (2022), hlm. 7.

fenomena dakwah digital dari sudut pandang akademis dan empiris.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara atau prosedur sistematis yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data sesuai kebutuhan penelitian.<sup>40</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang saling melengkapi agar hasil penelitian bersifat komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan.

### a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh gambaran yang nyata tentang fenomena yang diteliti.<sup>41</sup> Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara non-partisipatif, yaitu peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas dakwah, tetapi bertindak sebagai pengamat terhadap proses penyampaian pesan dakwah dan respon audiens.

Pelaksanaan observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas dakwah pada akun TikTok @aniqq.alfaqiroh, khususnya konten bertema kesehatan mental. Fokus pengamatan diarahkan pada penyampaian pesan dakwah,

---

<sup>40</sup> Nawawi, Hadari. (2015). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, hlm. 94.

<sup>41</sup> Moleong, Lexy J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hlm. 186.

gaya komunikasi, pemilihan bahasa, serta respon audiens yang tercermin dari komentar, likes, dan shares.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan antara peneliti dan informan dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai suatu fenomena.<sup>42</sup> Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung dan semi-terstruktur, artinya peneliti menyiapkan pedoman pertanyaan pokok, namun tetap memberikan ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangan mereka secara bebas.

Wawancara langsung dilakukan dengan 16 informan yang telah dipilih berdasarkan kriteria purposive sampling, yaitu mahasiswa aktif UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang pernah menonton atau mengikuti akun TikTok @aniqq.alfaqiroh. Melalui wawancara ini, peneliti berusaha menggali persepsi informan terhadap pesan dakwah kesehatan mental, pemahaman mereka terhadap nilai-nilai keislaman yang disampaikan, serta dampaknya terhadap cara pandang mereka mengenai kesehatan mental dalam kehidupan sehari-hari.

Teknik wawancara langsung memungkinkan peneliti untuk menggali data secara lebih mendalam karena dapat

---

<sup>42</sup> Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, hlm. 231.

menangkap nuansa emosional, ekspresi, dan sikap informan yang tidak selalu tampak dalam jawaban tertulis. Dengan demikian, wawancara menjadi sumber data utama untuk memahami makna dan persepsi informan secara reflektif serta kontekstual.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan dokumen tertulis, gambar, atau arsip yang relevan untuk mendukung dan memperkuat hasil penelitian.<sup>43</sup> Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder yang bersumber dari berbagai catatan, arsip digital, tangkapan layar, serta media daring yang berkaitan dengan objek penelitian.

Jenis dokumentasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi:

- a) Tangkapan layar (screenshot) dari akun TikTok @aniqq.alfaqiroh dan akun Instagram terkait, yang menampilkan nama akun, foto profil, deskripsi (bio), serta jumlah pengikut dan unggahan. Profil ini digunakan untuk menggambarkan identitas da'i digital dan karakteristik media yang digunakan dalam berdakwah.
- b) Tangkapan layar video-video pendek dari akun TikTok tersebut yang membahas topik kesehatan mental, motivasi Islami, serta ajakan reflektif terhadap kondisi

---

<sup>43</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 240.

psikologis dalam perspektif keislaman. Konten ini menjadi sumber utama untuk melihat gaya komunikasi dakwah, penyusunan pesan, serta daya tarik visualnya di media sosial.

- c) Tangkapan layar kolom komentar, jumlah suka (likes), dan pembagian (shares) pada konten TikTok. Bagian ini menunjukkan bagaimana audiens berinteraksi dan memberikan tanggapan terhadap pesan dakwah yang disampaikan.
- d) Tangkapan layar percakapan WhatsApp antara peneliti dan informan, serta hasil pengisian Google Form yang digunakan untuk penjangkaran awal responden. Data ini memperkuat hasil temuan lapangan dan menjadi bukti autentik dari proses pengumpulan data penelitian.

Seluruh dokumentasi disajikan dalam bentuk gambar (figure) pada Bab II Hasil dan Analisis Penelitian, lengkap dengan keterangan (caption) dan sumber pengambilan data. Dokumentasi ini membantu peneliti untuk menampilkan fenomena dakwah digital secara visual, sesuai dengan konteks penelitian berbasis media sosial.<sup>44</sup>

## 7. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara mendalam untuk memperoleh pemahaman mengenai makna yang terdapat di balik pengalaman subjek penelitian. Dalam

---

<sup>44</sup> Natalina Nilamsari, "Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif," *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 24, no. 1 (2025): 45–53.

konteks penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi interpretatif atau Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). Pendekatan ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan memersepsi, menafsirkan, dan memberi makna terhadap pesan dakwah kesehatan mental yang disampaikan melalui akun TikTok @aniqq.alfaqiroh.

Proses analisis data dilakukan secara bertahap dan bersifat induktif, artinya peneliti berangkat dari data empiris yang diperoleh melalui observasi daring, wawancara online, dan dokumentasi digital, kemudian dianalisis untuk menemukan pola dan makna yang bersifat konseptual. Analisis tidak hanya berfokus pada apa yang disampaikan oleh informan, tetapi juga pada bagaimana pesan dakwah digital dipersepsi, dimaknai, dan diinternalisasi oleh mahasiswa dalam konteks komunikasi dakwah di media sosial.<sup>45</sup>

Analisis dalam pendekatan IPA mengacu pada tahapan yang dikembangkan oleh Smith, Flowers, dan Larkin , yaitu sebagai berikut:

- 1) Membaca dan memahami data secara berulang

Peneliti membaca transkrip wawancara, hasil observasi daring, dan data dokumentasi secara berulang untuk memahami konteks pengalaman informan secara utuh. Tahap

---

<sup>45</sup> Fitri Amalia, "Analisis Fenomenologi Interpretatif (IPA) terhadap Pengalaman Mahasiswa Mengikuti Kajian Dakwah Digital di YouTube," *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam* 8, no. 2 (2024): 112–126.

ini bertujuan untuk menangkap kesan umum dan nada emosional dari setiap narasi yang diberikan informan. Pemberian kode awal (initial coding) Bagian-bagian penting dari data wawancara diberi tanda atau kode sesuai dengan makna yang terkandung di dalamnya.

2) Memberikan catatan awal (initial noting)

Peneliti mencatat ide, kesan, dan kata kunci penting dari setiap pernyataan informan yang dianggap merepresentasikan persepsi atau pengalaman terhadap pesan dakwah kesehatan mental.

3) Menemukan tema-tema awal (emergent themes)

Dari hasil catatan awal, peneliti mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul, misalnya motivasi mengikuti akun dakwah, pemaknaan spiritual terhadap kesehatan mental, perubahan sikap setelah menonton konten dakwah, dan respon terhadap gaya komunikasi da'i.

4) Menghubungkan tema (connecting themes)

Tema-tema yang serupa dikelompokkan menjadi kategori makna yang lebih luas. Pada tahap ini, peneliti menelaah keterkaitan antar tema, serta bagaimana pengalaman tiap informan saling melengkapi dalam konteks dakwah digital.

5) Menafsirkan makna (interpretation)

Peneliti menafsirkan makna dari keseluruhan tema yang muncul dengan mengaitkannya pada teori persepsi komunikasi (Joseph A. DeVito) dan konsep komunikasi dakwah digital, untuk menemukan makna mendalam dari persepsi mahasiswa terhadap dakwah kesehatan mental.

Dengan teknik analisis tematik ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai persepsi mahasiswa terhadap dakwah kesehatan mental di TikTok, sesuai dengan tujuan dan kerangka teoritis yang digunakan.

## **I. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi uraian teori-teori yang relevan dengan penelitian, meliputi teori persepsi, dakwah, media sosial TikTok dan kesehatan mental.

### **BAB III: GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN**

Berisi deskripsi mengenai objek penelitian, meliputi profil akun TikTok @aniqq.alfaqiroh, jenis dan karakteristik konten dakwah kesehatan mental yang ditampilkan, serta perkembangan akun dan audiensnya.

### **BAB IV: ANALISIS HASIL PENELITIAN**

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi mengenai persepsi mahasiswa KPI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terhadap dakwah kesehatan mental pada akun TikTok @aniqq.alfaqiroh. Selain itu, bab ini juga memuat analisis dan pembahasan hasil penelitian dengan menggunakan teori persepsi Joseph A. DeVito serta membandingkannya dengan penelitian terdahulu.

**BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat diberikan untuk berbagai pihak.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Persepsi Mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Terhadap Dakwah Kesehatan Mental pada akun TikTok @aniqq.alfaqiroh

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mampu menerima, memahami, dan menghayati pesan dakwah yang disajikan melalui akun TikTok @aniqq.alfaqiroh. Analisis berdasarkan teori persepsi Joseph A. DeVito menunjukkan bahwa mahasiswa memproses pesan melalui tahapan stimulasi, seleksi, organisasi, interpretasi, evaluasi, dan ingatan dengan baik. Pada tahap stimulasi, suara lembut, ekspresi wajah menenangkan, teks yang jelas, dan musik latar yang selaras menjadi rangsangan awal yang memikat perhatian mahasiswa. Tahap seleksi terlihat ketika mahasiswa menaruh fokus pada konten yang relevan dengan pengalaman pribadi mereka, misalnya tentang self-love, kesabaran, dan penerimaan diri. Tahap organisasi dan interpretasi-evaluasi menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menyusun informasi secara runtut dan menafsirkan pesan dakwah sesuai pengalaman, nilai, dan kondisi psikologis mereka. Akhirnya, tahap ingatan dan penarikan kembali terlihat ketika mahasiswa mampu mengingat konten tertentu dan mengaitkannya dengan kehidupan sehari-hari, misalnya menerapkan praktik self-care atau refleksi diri. Dengan demikian, persepsi mahasiswa

terhadap konten dakwah digital bersifat aktif dan bermakna, di mana pesan tidak hanya diterima secara pasif, tetapi juga diproses, diinterpretasikan, dan diinternalisasi sesuai pengalaman dan nilai pribadi masing-masing individu, sehingga pesan dakwah menjadi relevan dan mudah diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

## 2. Persepsi Mahasiswa sebagai Efek Komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mampu menerima, memahami, dan menghayati pesan dakwah yang disajikan melalui akun TikTok @aniqq.alfaqiroh. Persepsi mahasiswa terhadap konten dakwah dapat dipahami sebagai salah satu efek komunikasi karena menunjukkan bagaimana pesan yang diterima memengaruhi cara berpikir, menilai, dan memaknai informasi. Analisis berdasarkan teori persepsi Joseph A. DeVito menunjukkan bahwa mahasiswa memproses pesan melalui tahapan stimulasi, seleksi, organisasi, interpretasi, evaluasi, dan ingatan dengan baik. Pada tahap stimulasi, suara lembut, ekspresi wajah menenangkan, teks yang jelas, dan musik latar yang selaras menjadi rangsangan awal yang memikat perhatian mahasiswa. Tahap seleksi terlihat ketika mahasiswa menaruh fokus pada konten yang relevan dengan pengalaman pribadi mereka, misalnya tentang self-love, kesabaran, dan penerimaan diri. Tahap organisasi serta interpretasi-evaluasi menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menyusun informasi secara runtut dan menafsirkan pesan dakwah sesuai pengalaman, nilai, dan kondisi psikologis

mereka. Akhirnya, tahap ingatan dan penarikan kembali terlihat ketika mahasiswa mampu mengingat konten tertentu dan mengaitkannya dengan kehidupan sehari-hari, misalnya menerapkan praktik self-care atau refleksi diri. Dengan demikian, persepsi mahasiswa sebagai efek komunikasi bersifat aktif dan bermakna, di mana pesan tidak hanya diterima secara pasif tetapi juga diproses, diinterpretasikan, dan diinternalisasi sesuai pengalaman dan nilai pribadi masing-masing individu, sehingga pesan dakwah menjadi relevan dan mudah diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

## **B. Saran-Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkaitan, sebagai berikut:

### **1. Kepada Pengelola Akun Dakwah Digital (Content Creator)**

Diharapkan agar pengelola akun dakwah seperti @aniqq.alfaqiroh dapat mempertahankan karakter dakwah yang lembut, empatik, dan menenangkan, serta memperkuat interaksi dengan pengikut melalui kolom komentar, fitur tanya-jawab, atau siaran langsung. Selain itu, konsistensi dalam mengunggah konten perlu dijaga agar audiens tetap merasa terhubung dan memperoleh pembaruan spiritual secara berkelanjutan.

2. Kepada Mahasiswa dan Pengguna Media Sosial TikTok

Diharapkan agar mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial dapat lebih bijak dalam memilih dan menyikapi konten dakwah digital. Pengguna sebaiknya tidak hanya menonton secara pasif, tetapi juga menanamkan pesan dakwah yang diterima ke dalam praktik kehidupan sehari-hari. Media sosial seharusnya dimanfaatkan sebagai ruang pembelajaran spiritual dan motivasi diri, bukan sekadar hiburan semata.

3. Kepada Civitas Akademika dan Dosen Pembimbing Dakwah

Diharapkan agar lembaga pendidikan dapat memberikan dukungan terhadap bentuk-bentuk dakwah digital yang kreatif dan adaptif. Para dosen serta mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) diharapkan dapat terus mengembangkan strategi dakwah berbasis media sosial yang humanis dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda.

4. Kepada Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan jumlah responden dan fokus pada satu akun dakwah. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian sejenis dengan jumlah responden yang lebih banyak, melibatkan beberapa akun dakwah digital lain sebagai pembandingan, serta menggunakan teori komunikasi lain seperti teori empati komunikasi atau teori efek media. Penelitian lanjutan juga dapat menggali lebih dalam pengaruh persepsi dakwah digital terhadap perubahan perilaku keagamaan dan kesehatan mental audiens.

#### 5. Kepada Pihak Pengembang Platform TikTok

Diharapkan agar pihak penyedia platform dapat meningkatkan dukungan terhadap konten positif dan edukatif, termasuk dakwah digital. Hal ini dapat dilakukan melalui promosi algoritmik terhadap konten religius yang mendidik, menenangkan, dan memberikan pengaruh baik bagi pengguna media sosial.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., Rusmaladewi, S., & Kamala, I. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Orang Tua dalam Memasukkan Anak ke PAUD di Desa Tumbang Manjul." *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2020, hlm. 23-24.
- Ahmad Fauzi. "Dakwah Digital dan Perubahan Pola Komunikasi Umat." *Jurnal Studi Dakwah*, Vol. 6 No. 2, 2021, hlm. 88.
- Al-Ghazali. *Ihya' 'Ulumuddin*. Beirut: Dar al-Fikr, 2000, Jilid 1, hlm. 45-50; 52-55.
- Anindya Putri. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Remaja." *Jurnal Komunikasi Islam*, 11, No. 2 (2022): 223–235.
- Ardianto, Elvinaro, & Bambang Q-Anees Erdinaya. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014, hlm. 78.
- Arifin, H.M. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: Bumi Aksara, 1994, hlm. 12; 35.
- Arifin, Hadi Suprpto, Ikhsan Fuady, & Engkus Kuswarno. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa terhadap Keberadaan Perda Syariah di Kota Serang." *Jurnal*

Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, 21, no. 1 (2018): 91-96, hlm. 93.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013, hlm. 172; 2014, hlm. 231.

Astari, L.P. “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Edukasi Dan Hiburan Di Era Digital.” *Jurnal Komunikasi Dan Media* 5, No. 1 (2022): 45–56.

Ayu, R. “Teknik Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Digital.” *Jurnal Ad-Dawah*, 2024, hlm. 34–36.

Betv Disway. “Ruang Pulih Perempuan Sukses Gelar Webinar Gratis ‘Overthinking Soal Finansial’ Bersama Aniq Al Faqiroh.” Diakses 26 September 2025.

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011, hlm. 107-108.

Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018, hlm. 44-46

Claudia, Shintia Ira, & Sa’diyah El Adawiyah. “Model Komunikasi Humas Dalam Literasi Media Sosial.” *Mukasi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, No. 1 (2024): 50–60.

- Darty Herma Nurila. Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Penggunaan TikTok sebagai Media Dakwah. Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2023.
- Deddy Mulyana. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019, hlm. 91.
- DeVito, Joseph A. The Interpersonal Communication Book, 13th ed. Boston: Pearson, 2013, hlm. 72–74; 15th ed., 2019, hlm. 72–73.
- Devito, Joseph A. Komunikasi Antarmanusia. Jakarta: Karisma Publishing Group, 2011, hlm. 65.
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017, hlm. 11, 13, 14, 15-16.
- Fadilah, R. “Peran Media Sosial Tiktok Dalam Menyampaikan Pesan Hiburan Di Era Digital.” Jurnal Ilmu Komunikasi 9, No. 1 (2021): 23–34.
- Faridah, Z., Zulkarnain, Yusuf, & Asriadi. “Efektivitas Dakwah melalui Media Sosial Instagram dalam Pandangan Kaum Milenial.” Jurnal Retorika, 2022, hlm. 50–52.
- Fathorrahman, A. “Efektivitas Dakwah melalui Media Sosial Internet.” Jurnal Tabayyun, 2022, hlm. 12–15.

Fatik Nurdiansyah & Teti Suhartini. “Nilai Edukasi Pada Aplikasi Tiktok Di Kalangan Remaja Kota Bandung.” *Komunikasiana: Journal Of Communication Studies*, Vol. 3, 2021, hlm. 138-146.

Fatik Nurdiansyah & Teti Suhartini. “Terapi Menulis Ekspresif Untuk Menurunkan Stres Akademik Mahasiswa.” *Journal Of Uswah And Islamic Psychology (Jousip)* 2, No. 2 (2022): 101–120.

Gita Eka Sila, Dini Nur Fadhillah, Fadli Tri Hartono, & Suhaeri. “Analisis Fungsi Dan Peran Media Sosial Sebagai Strategi Humas Di Perguruan Tinggi.” *Komversal* 6, No. 2 (2022): 5–7.

Hafidhuddin, D. *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, hlm. 88–90.

Hamdan Daulay & Evi Septiani T.H. “Komunikasi dan Dakwah: Strategi Komunikasi dalam Penguatan Wawasan Keislaman Remaja.” *Kalijaga Journal of Communication*, 2020, hlm. 78; 80-82.

Hamzah Ya'qub. *Publisistik Islam: Teknik dan Metode Dakwah*. Bandung: Diponegoro, 2019, hlm. 62.

Handayani, E. S. (2022). *Kesehatan Mental (Mental Hygiene)*.

Hakim, F.B. “Persepsi, Pengambilan Keputusan, Konsep Diri dan Values.” *Jurnal Diversity*, 5, No. 2 (2021): 45-53, hlm. 46-49.

Hasibuan, R. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masalah Mental Emosional pada Remaja: Literature Review.” *Jurnal Kesehatan Bertuah Indonesia*, 2021, hlm. 22-25.

Hidayat, M. R. “Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Aplikasi Tiktok Di Kalangan Generasi Z.” *Jurnal Komunikasi Islam*, 13, No. 1 (2022): 77–89.

Inas Sany Muyassaroh et al. “Model Komunikasi Pendakwah pada Konten Dakwah di Media Sosial.” *Syntax Literate*, 2024, hlm. 54.

Irene Presilia Ilat, Jufita Tapada, Claudia Durandt, & Febrianti Koyongian. “Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Kesehatan Mental Remaja.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, No. 10 (2023): 830–837.

Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007, hlm. 51–53.

Jonathan A. Smith, Paul Flowers, & Michael Larkin. *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method And Research*. London: Sage, 2009.

*Jurnal Ekonomi dan Sosial Universitas Muhammadiyah Kudus*. “Analisis Data Primer dan Sekunder dalam Penelitian Lapangan,” Vol. 3 No. 2 (2021), hlm. 4.

Jurnal Kalacakra Universitas Tidar. “Penggunaan Data Sekunder dalam Penelitian Kualitatif,” Vol. 4 No. 1 (2022), hlm. 7.

Khairullah, A. & Rachmi, S. “Utilisasi Media dan Komunikasi Visual dalam Dakwah di Era 5.0.” Jurnal Dakwah Digital, 2024, hlm. 23–25.

Kementerian Agama RI. Al-Qur’an dan Terjemahannya, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2019, hlm. 375; Edisi Penyempurnaan, 2019, hlm. 462.

Kusuma, A. D. “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Platform Pemberitaan.” Jurnal An-Naba’ 6, No. 1 (2023): 55–68.

Lynk.Id Aniq Al Faqiroh, Profil Profesional Dan Integrasi Media Sosial, Diakses 26 September 2025.

Maulana, A., & Siregar, N. (2022). “Sumber Data, Subjek Penelitian, dan Isu Terkait dalam Penelitian Kualitatif.” Jurnal Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan, 4(6), 7929–7936.

Moleong, Lexy J. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019, hlm. 186.

Munir. Ilmu Dakwah. Jakarta: Kencana, 2020, hlm. 78.

- M. I. Rizkia. “Dakwah Digital Dan Respons Generasi Z: Studi Persepsi Terhadap Konten Dakwah Mental Health Di Tiktok.” *Jurnal Komunikasi Islam Dan Dakwah Digital*, Vol. 5, No. 2 (2023), hlm. 215.
- M. Quraish Shihab. *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan, 1992, hlm. 182.
- Mohammad Natsir. *Fiqhud Dakwah*. Jakarta: Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, 2000, hlm. 15.
- Monica Amelia Putri. *Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap Dakwah melalui Aplikasi TikTok di UIN Raden Intan Lampung*. Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2023.
- Nasrullah, M. *Media Digital dalam Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017, hlm. 45–46.
- Nasilah, A., & Evanurul, R. “Integrasi Diri Sebagai Konsep Sehat Mental Orang Melayu Riau.” *Jurnal Psikologi UIN Suska Riau*, 2020, hlm. 33–36; hlm. 40–42.
- Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015, hlm. 94.

- Natalina Nilamsari. "Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif." *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24, no. 1 (2025): 45–53.
- Nurdiansyah, F., & Suhartini, T. "Nilai Edukasi Pada Aplikasi Tiktok Di Kalangan Remaja Kota Bandung." *Komunikasiana: Journal Of Communication Studies* 3 (2021): 138–146.
- Nurudin. *Dakwah di Era Digital*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021, hlm. 77.
- Purmansyah, Ariadi. "Kesehatan Mental Dalam Perspektif Islam." *Syifa'medika: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan* 3, No. 2 (2020): 118-127.
- Putri, N. A. "Hubungan Dukungan Sosial Dengan Kesehatan Mental Mahasiswa Di Masa Pandemi." Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2021.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). "Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya)." *Jurnal Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 6(1), 15–28.
- Rahmawati, & Fadil. "Internalisasi Nilai Islam melalui Komunikasi Dakwah." *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 44 No. 2, 2020, hlm. 119.
- Rahmatullah. *Psikologi Persepsi dan Komunikasi*, 2021.

- Rahmatullah. "Persepsi Mahasiswa Terhadap Pengguna Produk Helm Merek GM (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis)." Diakses 15/1/2023, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/05/persepsi-pengertian-proses-jenis-dan-faktor-yang-mempengaruhi.html>.
- Rafiq, A. "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat." *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18–29, 2020.
- R. Fadilah. "Peran Media Sosial Tiktok Dalam Menyampaikan Pesan Hiburan Di Era Digital." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9, No. 1 (2021): 23–34.
- R. Mutia. "Pengenalan Aplikasi Tiktok Sebagai Platform Digital Marketing Kepada iGeneration." *Jurnal Audiens*, 4, No. 2 (2021): 115–123.
- R. F. Wardhani. "Kesehatan Mental Dalam Perspektif Psikologi Positif." *Jurnal Psikologi*, 18, No. 2 (2022): 112–124.
- R. Wahyudi. "Dakwah Di Era Digital: Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Penyebaran Pesan Islam." *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42, No. 2 (2021): 101–115.

- R. F. Rahman. “Peran Media Sosial Tiktok Dalam Dakwah Islam Di Kalangan Mahasiswa.” Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023.
- Rhamadani, Fitri. Persepsi Mahasiswa dalam Menyikapi Dakwah Sandi Setiadi melalui Media Sosial TikTok. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2022.
- Saputra Dewa. “Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Mengenai Isu Kesehatan Mental.” *Al-Mikraj: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* 5, No. 2 (2025): 774–784.
- Shambodo, Yoedo, dkk. “Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Khalayak Mahasiswa.” *Jurnal UAI Seri Ilmu Sosial*, 2020, hlm. 12-18; hlm. 15.
- Smith, Jonathan A., Paul Flowers, & Michael Larkin. *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method And Research*. London: Sage, 2009.
- Siti Nurhalimah. “Media Sosial sebagai Sarana Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0.” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 5 No. 1, 2022, hlm. 13.
- Slamet S. “Efektivitas Komunikasi dalam Dakwah Persuasif.” *Jurnal Dakwah*, 2020, hlm. 45.

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2019, hlm. 38, 240.

Sulaiman, A. "Kesehatan Mental dalam Perspektif Islam." Jurnal Psikologi Islam UIN Jakarta, 2021, hlm. 12-15; 17-19.

Tarehy, M., dkk. "Kesehatan Mental dan Strategi Koping Dalam Perspektif Budaya: Sebuah Studi Sosiodemografi di Ambon." Jurnal Keperawatan Muhammadiyah, 2020, hlm. 12-16.

Taufik Hidayat. "Konsep Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Kontemporer." Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 10 No. 1, 2021, hlm. 22.

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. "Penguatan Kesehatan Mental Mahasiswa: Perkuat Spiritualitas Dan Buka Layanan Konseling." Berita Resmi, 11 Juni 2025, diakses 22 Agustus 2025, <https://www.uingusdur.ac.id/info/penguatan-kesehatan-mental-mahasiswa-perkuat-spiritualitas-dan-buka-layanan-konseling>.

Wahyudi, A., & Sari, D. "Faktor yang Mempengaruhi Kesehatan Remaja di Indonesia: Studi Literatur." Jurnal Kesehatan Jompa, 2022, hlm. 15–18; hlm. 20–28.

Wahyu Ilaihi. Komunikasi Dakwah. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010, hlm. 14-15; 24; 101-102.

Zaputri, M. “Dampak Kecanduan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling IAIN Batusangkar.” Publikasi IAIN Batusangkar, Batusangkar, 2021.

