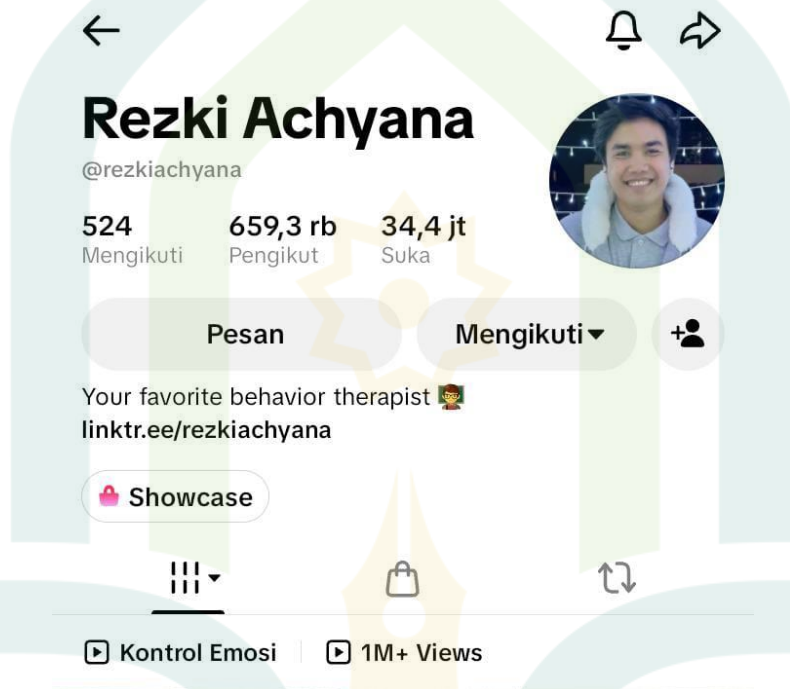




STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH AKUN TIKTOK @REZKIACHYANA DENGAN PENDEKATAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI UNTUK ANAK AUTIS



RHENAYYA PUTRI KUSTININGSIH
NIM. 30422051



STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH AKUN TIKTOK @REZKIACHYANA DENGAN PENDEKATAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI UNTUK ANAK AUTIS



RHENAYYA PUTRI KUSTININGSIH
NIM. 30422051

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH AKUN TIKTOK
@REZKIACHYANA DENGAN PENDEKATAN
PSIKOLOGI KOMUNIKASI UNTUK ANAK AUTIS**

SKRIPSI

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



Oleh :

RHENAYYA PUTRI KUSTININGSIH
NIM. 30422051

**PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH AKUN TIKTOK
@REZKIACHYANA DENGAN PENDEKATAN
PSIKOLOGI KOMUNIKASI UNTUK ANAK AUTIS**

SKRIPSI

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



Oleh :

RHENAYYA PUTRI KUSTININGSIH
NIM. 30422051

**PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rhenayya Putri Kustiningsih

NIM : 30422051

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH AKUN TIKTOK @REZKIACHYANA DENGAN PENDEKATAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI UNTUK ANAK AUTIS ”** 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 juni 2026

Yang Menyatakan,



Rhenayya Putri K
NIM. 30422051

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (Dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Rhenayya Putri Kustiningsih
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 : Rhenayya Putri Kustiningsih
NIM : 30422051
Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH AKUN TIKTOK
@REZKIACHYANA DENGAN PENDEKATAN PSIKOLOGI
KOMUNIKASI UNTUK ANAK AUTIS**

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, 16 Juni 2026

Pembimbing,



Dimas Prasetya, M.A
NIP. 198911152020121006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajej Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

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

Nama : **RHENAYYA PUTRI KUSTININGSI**
NIM : **30422051**
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH AKUN TIKTOK
@REZKIACHYANA DENGAN PENDEKATAN
PSIKOLOGI KOMUNIKASI UNTUK ANAK AUTIS**

yang telah diujikan pada Hari Selasa, 08 Juli 2026 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. Hilyati Aulia, M.S.I
NIP. 198711242019032011

Penguji II

Miftahul Huda, M.Sos
NIP. 199207022023211021

Pekalongan, 13 Juli 2026

Disahkan Oleh

Dekan



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

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

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

A. Konsonan

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

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengantitik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	ʿ	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal Tunggal	VokalRangkap	VokalPanjang
ا=ā		ā=ā
ي=ī	ي°=ai	ī=ī
و=ū	و°=au	ū=ū

C. Ta' Martbutho

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah* *Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/.
Contoh:

فاطمة ditulis *fāṭimah*

D. *Syaddad* (tasyjid, geminasi)

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

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

E. Kata Sandang (Artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf *syamsiyah*” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, merupakan /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

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

القمر ditulis *al-qamar*

البدع ditulis *al-badī'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

F. Huruf Hamzah

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

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang

penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وَأَنَّ كَلَّمَ كُوْخِي رَأَزَقِيْنَ : wa innallāha lahuwa khair
al-rāziqīn

H. Kata Dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

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

شيخ الإسلام : ditulis syaikh al-Islam atau syaikhul Islam

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Sembah sujud dan rasa syukur yang mendalam saya persembahkan kepada Allah Swt, Tuhan Semesta Alam. Atas segala rahmat, hidayah, kekuatan, dan kesabaran yang Engkau limpahkan, sehingga hambamu yang penuh keterbatasan ini dapat menyelesaikan karya ini. Tiada daya dan upaya melainkan dengan pertolongan-Mu.
2. Karya sederhana ini dipersembahkan khusus untuk dua pilar terhebat dalam hidupku ayah Yahya, dan mama Taurina Kandhi Werdawati Keberhasilan ini bukan milik kakak, melainkan buah dari setiap tetes keringat Ayah yang bekerja tanpa kenal lelah, serta setiap untaian doa Mama yang mengetuk pintu langit di sepertiga malam. Terima kasih telah mendidik kakak dengan sabar, menguatkan dengan kasih sayang, dan selalu ada dalam setiap jatuh bangun proses ini. terima kasih telah menjadi ruang paling aman, yang selalu percaya pada mimpi kakak di saat dunia meragukannya. Dengan rasa haru dan bangga yang membuncah, kakak persembahkan karya ini sebagai langkah awal untuk membuat kalian tersenyum bahagia.
3. Tata, Untuk adik perempuanku tercinta. Terima kasih telah menjadi penyemangat, pendengar yang baik, dan sumber keceriaan di rumah selama kakak menyelesaikan skripsi ini. Dukungan dan doa tulus darimu sangat berarti bagi kakak. Semoga pencapaian ini

- juga bisa menjadi motivasi untuk Tata dalam mengejar mimpi-mimpimu.
4. Untuk kedua kakek saya yang luar biasa, dan empat nenek tercinta saya. mbah Jono al maskon, almarhum opa Hartono Suparno, almarhumah uti Kushartini, oma Kholilah, almarhumah uti sulalah, dan almarhumah uti saadah Terima kasih atas teladan hidup, kebijaksanaan, dan untaian doa yang tiada henti mengalir. Doa dan kerja keras yang Kalian tunjukkan menjadi inspirasi terbesar bagi saya untuk menyelesaikan pendidikan ini. Semoga pencapaian ini bisa menjadi kebanggaan bagi kalian.
 5. Mas Yen & Mbak Vira , serta Mas Irul & Mbak Aya. Terima kasih sudah menjadi support system yang luar biasa, mendengarkan keluh kesah, dan selalu meyakinkan bahwa kakak bisa melewati ini semua. Dan untuk trio keponakan kesayangan, Keysa, Gavin, Naira terima kasih ya sudah sering jadi alasan kakak untuk tersenyum dan istirahat sejenak dari pusingnya revisian. This is for you all!.
 6. Fajrul Falahhadiyanto, partner terbaik dalam segala hal, termasuk dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi ruang aman untuk berkeluh kesah, penguat di saat lelah, dan orang yang selalu ada di setiap pasang surutnya proses ini. Skripsi ini adalah bukti perjuangan kita bersama, berproses dari titik yang sama, dan melangkah maju untuk masa depan bersama.
 7. Kepada seluruh keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan perjalanan akademik ini.
 8. Kepada dosen pembimbing penulis, Bapak Dimas Prasetya, M.A terimakasih atas bimbingan, kesabaran, arahan serta ilmu yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
 9. Untuk sahabat-sahabat terbaikku yang tak bisa disebutkan satu persatu namanya terima kasih telah menjadi sistem pendukung terbaik selama masa perkuliahan ini. Terima kasih atas tawa, diskusi tanpa arah, serta semangat yang tidak pernah putus saat aku mulai jenuh dengan perkuliahan. spesial untuk Selly Yunanda (mba celii) sahabat terbaik dari semester 1 sampai semester akhir ini. Terima kasih telah menjadi sistem pendukung terbaik, pendengar yang sabar, dan penyedia tumpangan paling setia selama masa kuliahku. Kehadiranmu membuat perjalanan perkuliahan yang berat ini jadi jauh lebih menyenangkan.
 10. Dan yang terakhir persembahan ini saya dedikasikan sebagai

bentuk rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi berharga demi kelancaran penyusunan skripsi ini.



MOTTO

“Melihat dengan hati, mendengar dengan empati. Karena dalam keterbatasan, selalu ada ruang untuk hidayah dan kasih sayang yang tak terbatas.”

(Rhenayya Putri)



ABSTRAK

Kustiningsih, Rhenayya Putri, 2026. Strategi Komunikasi Dakwah Akun Tiktok @Rezkiachyana Dengan Pendekatan Psikologi Komunikasi Untuk Anak Autis. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
Pembimbing Dimas Prasetya, M.A

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam aktivitas komunikasi dakwah, salah satunya melalui media sosial TikTok yang mampu menjadi sarana penyampaian pesan Islam secara efektif, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat. Kehadiran konten dakwah dalam bentuk visual memberikan peluang bagi pendakwah untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman dengan cara yang lebih komunikatif dan dekat dengan kehidupan audiens. Akun TikTok @rezkiachyana menjadi salah satu media yang menyajikan konten dakwah berupa edukasi parenting anak autis dengan menggabungkan nilai-nilai Islam dan pengalaman praktis dalam kehidupan sehari-hari.

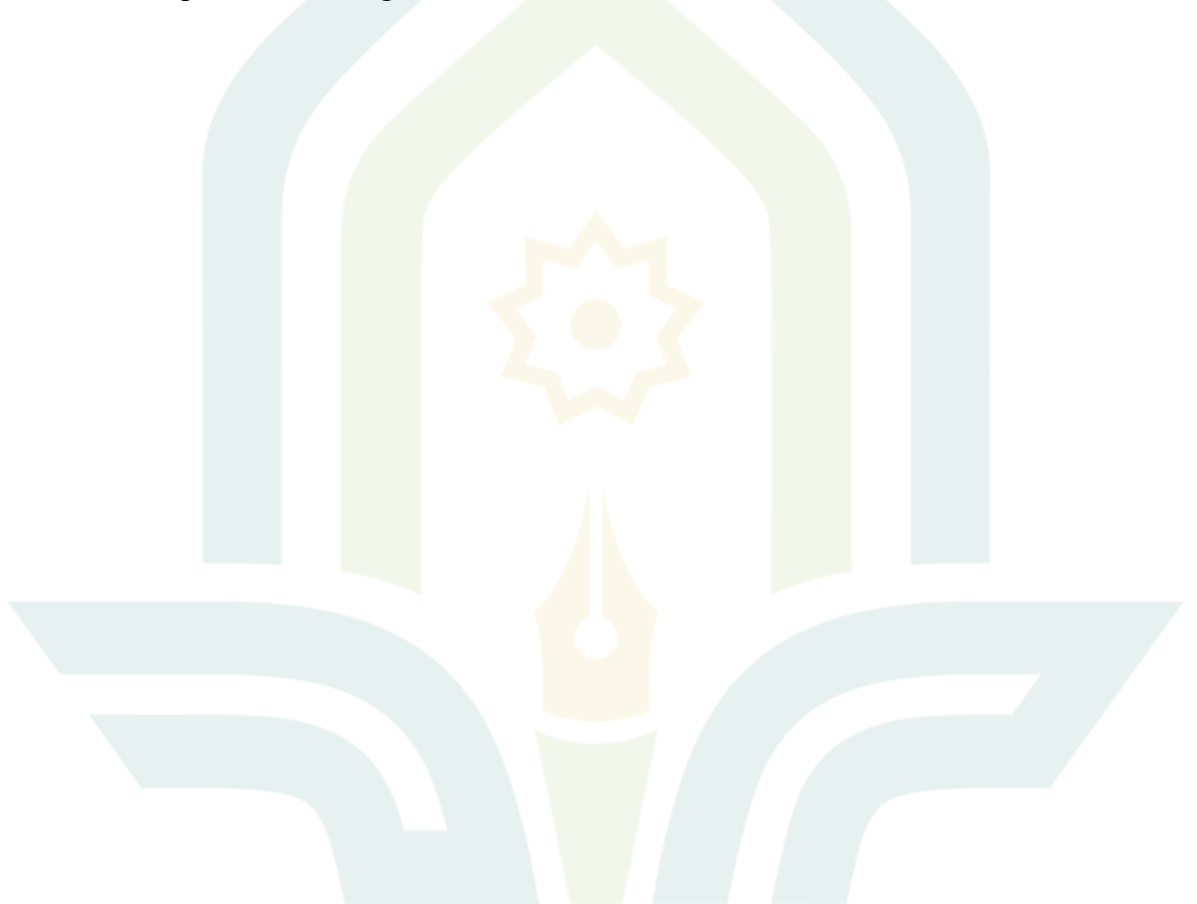
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk penyampaian pesan dakwah pada akun TikTok @rezkiachyana serta bagaimana respons audiens terhadap pesan yang disampaikan. Penelitian ini menggunakan teori behaviorisme dengan konsep Stimulus-Response (S-R), yang menjelaskan bahwa stimulus berupa pesan komunikasi dapat memengaruhi organisme dan menghasilkan respons tertentu. Teori ini digunakan untuk melihat hubungan antara konten dakwah sebagai stimulus dengan perubahan pemahaman, sikap, dan perilaku audiens sebagai respons.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui observasi terhadap konten video TikTok @rezkiachyana dan dokumentasi berupa komentar audiens sebagai bentuk respons. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah yang memuat

visual interaksi dengan anak autis, penggunaan bahasa sederhana, contoh praktik pengasuhan, serta nilai Islam menjadi stimulus yang efektif. Respons audiens terlihat dalam aspek kognitif berupa peningkatan pemahaman, aspek afektif berupa munculnya empati dan kepedulian, serta aspek konatif berupa dorongan menerapkan nilai positif dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, TikTok menjadi media dakwah yang mampu memengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku audiens..

Kata Kunci: Dakwah Digital, TikTok, Behaviorisme, Stimulus-Response, Parenting Anak Autis



KATA PENGANTAR

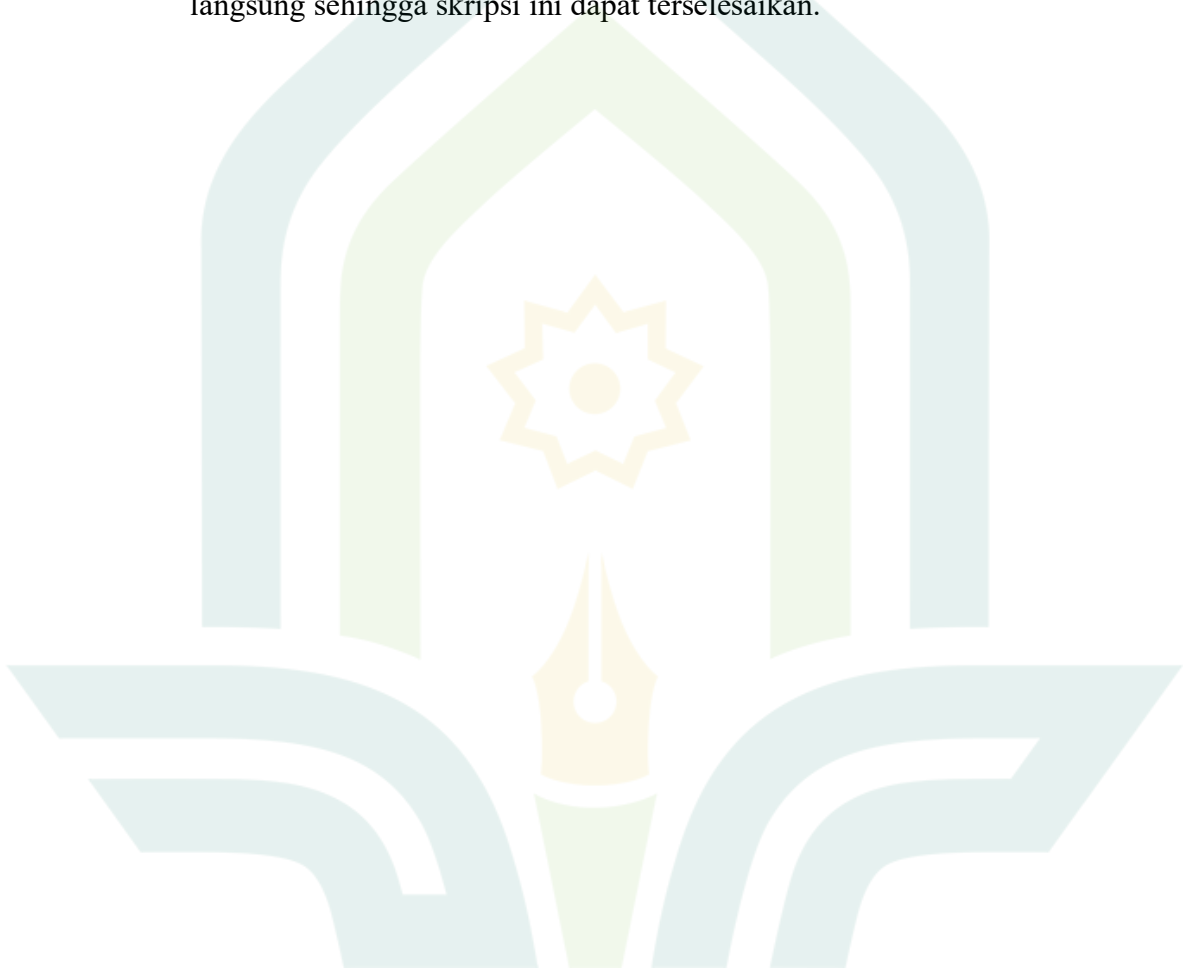
Alhamdulillahillāhi rabbil ‘ālamīn, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt., Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga, sahabat, dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S.Sos), sekaligus sebagai bentuk ikhtiar penulis dalam memperdalam pemahaman mengenai Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam konteks media digital seperti TikTok. Penelitian mengenai strategi komunikasi dakwah di media sosial, khususnya TikTok, dengan pendekatan psikologi komunikasi yang berfokus pada anak autis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi dakwah serta menjadi referensi dalam memahami pendekatan komunikasi yang efektif bagi anak berkebutuhan khusus..

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kendala dan tantangan. Namun, berkat doa, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Mukoyimah, M. Sos. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dimas Prasetya, M. A. selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dimas Prasetya, M. A.. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penyelesaian

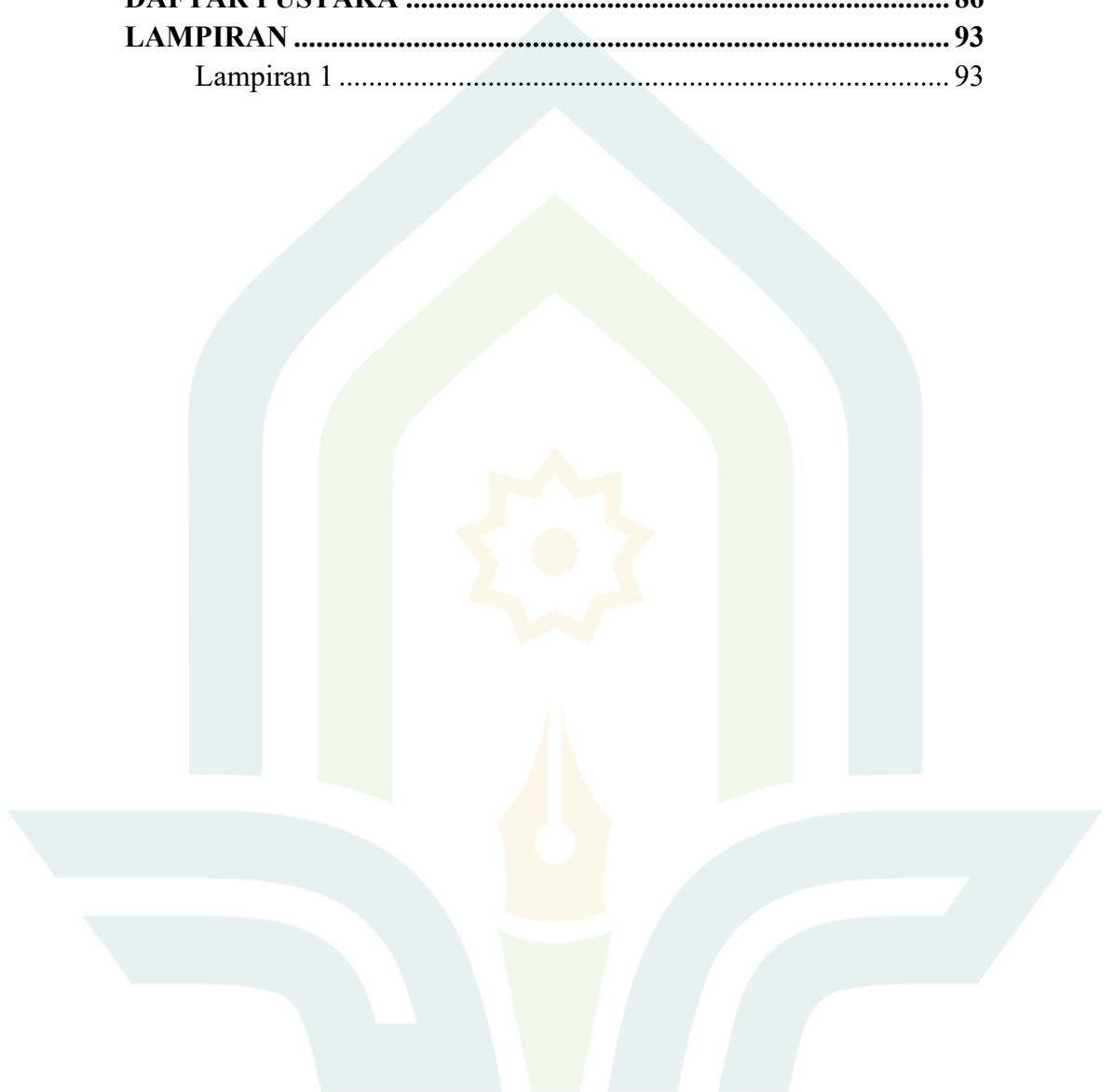
- skripsi ini.
6. Segenap Dosen dan Staff UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan segala bentuk kasih sayang selama menimba ilmu di UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
 7. Bapak, Ibu, saudara dan teman-teman yang telah memberikan doa dan semangat sehingga terselesainya skripsi ini.
 8. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.



DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Metode Penelitian	20
BAB II LANDASAN TEORI.....	34
A. Teori Psikologi Stimulus - Respons John Broades Watson. 34	
B. Strategi Komunikasi.....	38
C. Retorika Persuasif Aristoteles.....	46
BAB III GAMBARAN UMUM.....	52
A. Akun Tiktok @Rezkiachayana	52
B. Konten Pembelajaran Anak Autis Di Akun Tiktok @Rezkiachayana.....	54
BAB IV PEMBAHASAN	65
A. Strategi Komunikasi Dakwah Untuk Anak Autis Akun @Rezkiachayana	65
B. Penerapan Pendekatan Psikologi Komunikasi pada Akun TikTok.....	74

BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	93
Lampiran 1	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 3. 1 Akun TikTok @rezkiachyana.....	52
Gambar 3. 2 Konten Cara Mengajarkan Anak Belajar.....	55
Gambar 3. 3 Konten Membawa Teman Tunanetra saat Salat Jumat....	59
Gambar 4. 1 Komentar dari Akun @LiatBesok pada konten Membawa Teman Tunanetra saat Salat Jumat pada akun TikTok @Rezkiachyana	69
Gambar 4. 2 Komentar dari Akun @suffikusuma pada konten Membawa Teman Tunanetra saat Salat Jumat pada akun TikTok @Rezkiachyana	72
Gambar 4. 3 Komentar dari Akun @pink pada konten Cara Mengajarkan Anak Belajar pada akun TikTok @Rezkiachyana	72
Gambar 4. 4 Beberapa Komentar pada konten Membawa Teman Tunanetra saat chyana	73
Gambar 4. 5 Komentar dari Akun @maysrh12 pada konten Cara Mengajarkan Anak Belajar pada akun TikTok @Rezkiachyana	76
Gambar 4. 6 Beberapa Komentar pada konten Membawa Teman Tunanetra saat chyana	78
Gambar 4. 7 Komentar dari beberapa akun pada konten Cara Mengajarkan Anak Belajar pada akun TikTok @Rezkiachyana	80

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola interaksi masyarakat, termasuk dalam memperoleh informasi keagamaan. Media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling banyak digunakan karena mampu menyajikan informasi secara cepat, mudah diakses, dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah TikTok. Berdasarkan laporan Digital 2026: Indonesia, jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 194,37 juta pengguna pada Juli 2025, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia.¹ Tingginya penggunaan platform ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi ruang komunikasi yang berpengaruh dalam membentuk cara berpikir, bersikap, dan berperilaku masyarakat, khususnya generasi muda.

Fenomena tersebut turut memengaruhi perkembangan dakwah Islam. Jika sebelumnya dakwah identik dengan penyampaian ceramah secara langsung di masjid, majelis taklim, atau forum keagamaan, kini dakwah hadir dalam berbagai bentuk konten digital yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat.² Dakwah tidak lagi hanya disampaikan melalui ceramah formal, tetapi juga melalui konten edukatif, inspiratif, dan persuasif yang memadukan nilai-nilai Islam dengan berbagai isu sosial kontemporer. Perubahan ini menuntut para komunikator dakwah untuk mampu menyampaikan pesan secara efektif dengan mempertimbangkan karakteristik media serta kondisi psikologis

¹ We Are Social & Meltwater, *Digital 2026: Indonesia* (Global Digital Insights, 2026), hlm. 45.

² Dr. Ujang Mahadi, *Komunikasi & Dakwah Kontemporer: Pendekatan Fenomenologi, Interaksi Simbolik dan Dramaturgi*, (Bogor: IPB Press, 2024), hlm. 112.

audiens yang menjadi sasaran dakwah.³

Dalam perspektif psikologi komunikasi, keberhasilan suatu pesan tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam memengaruhi proses psikologis penerima pesan. Jalaluddin Rakhmat menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang dapat menimbulkan perubahan pada aspek kognitif, afektif, maupun konatif seseorang.⁴ Oleh karena itu, komunikasi dakwah yang efektif harus mampu menarik perhatian *audiens*, membangun persepsi positif, menumbuhkan keterlibatan emosional, serta mendorong perubahan sikap dan perilaku sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁵

Akun TikTok @rezkiachyana yang dikelola oleh Rezki Achyana, seorang *behavior analyst* bersertifikat ABA dan pendiri TamTam Therapy Centre, menjadi contoh konkret praktik komunikasi dakwah digital yang tidak disampaikan melalui ceramah formal, melainkan melalui konten video pendek yang menampilkan praktik nyata pendampingan anak autis. Konten-konten tersebut memuat ajaran-ajaran Islam seperti kesabaran, penuh cinta, dan kepedulian yang dikemas secara kontekstual dalam aktivitas sehari-hari. Oleh sebab itu, hadirnya dakwah tidak hanya dalam bentuk verbal normatif, melainkan melalui tindakan nyata (dakwah *bi al-hal*) yang lebih aplikatif dan mudah dipahami oleh *audiens*.

Dalam perspektif Islam, ibu merupakan madrasah pertama bagi anak yang memiliki peran fundamental dalam membentuk kepribadian, karakter, dan pemahaman keagamaan sejak usia dini. Melalui interaksi yang berlangsung secara intensif dalam kehidupan sehari-hari, seorang ibu tidak hanya bertugas memenuhi kebutuhan fisik anak, tetapi juga menanamkan nilai-nilai akidah, syariah, dan akhlak yang menjadi dasar pembentukan perilaku anak di masa

³ Redaksi Meyarsa, *Strategi Komunikasi Dakwah Digital*, (Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah, 2025), Vol. 10, No. 2, hlm. 45

⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Edisi Revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 13.

⁵ *Ibid*, hlm. 54.

depan.⁶ Oleh karena itu, kualitas pendidikan yang diberikan oleh ibu sangat menentukan perkembangan anak, karena keluarga merupakan lingkungan pendidikan pertama sebelum anak mengenal lingkungan sosial yang lebih luas.

Walau madrasah pertama seorang anak tetap seorang Ibu, tetapi beberapa konten yang diunggah memperlihatkan bagaimana pemahaman nilai-nilai Islam parenting anak berkebutuhan khusus dapat dipadukan dengan pesan keagamaan secara aplikatif. Misalnya, video tanggal 4 Mei 2024 menunjukkan pemahaman nilai-nilai Islam mengenai bagaimana Membawa Teman Tunanetra saat Salat Jumat, yang menggambarkan hubungan antara kebutuhan anak saat pelaksanaan ibadah. video tanggal 26 Juni 2023 menampilkan contoh anak yang sedang berdoa memberikan contoh anjuran membaca doa sebelum belajar, yang menunjukkan bagaimana nilai spiritual dapat ditanamkan dalam proses pemahaman syariat agama khususnya disini agama Islam ke anak sejak dini.

Dengan demikian, setiap konten tidak cuman menyampaikan pesan edukatif, melainkan juga memberikan strategi retorika persuasif yang terintegrasi antara kredibilitas, emosi, dan logika yang sesuai dengan karakter anak autisme. Hal ini juga menunjukan bahwa dakwah digital melalui tiktok dapat dikomunikasikan secara efektif menggunakan pendekatan kontekstual yang mempertimbangkan aspek emosional dan rasional *audiens*.⁷

Menariknya, konten-konten yang diunggah oleh akun TikTok @Rezkiachyana tidak hanya menyampaikan informasi mengenai pendampingan anak autisme, tetapi juga memperlihatkan strategi komunikasi dakwah yang disesuaikan dengan karakteristik sasaran. Penyampaian pesan dilakukan melalui penggunaan bahasa yang sederhana, penyajian visual yang komunikatif, serta contoh praktik pendampingan secara langsung sehingga pesan keislaman lebih

⁶ Amiga Putri Minanda, "Peran Ibu sebagai Madrasah Al-Ula dalam Pendidikan Karakter Islami Anak Millenial," (*IQMA: Islamic Quality Management and Administration Jurnal*, Vol. 1, No. 1, 2025), hlm. 33–34.

⁷ Meidy Aisyah, *Ethos, Pathos, Logos dan Komunikasi Publik: A Systematic Literature Review*, (*Jurnal Darma Agung* 30, no. 3, 2022): h. 115, <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2066>

mudah dipahami oleh masyarakat. Strategi tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital tidak hanya menekankan isi pesan, tetapi juga memperhatikan cara penyampaian agar pesan dapat diterima secara efektif oleh khalayak.

Dari sudut pandang psikologi komunikasi, fenomena tersebut menarik untuk diteliti karena memperlihatkan bagaimana strategi komunikasi dakwah dirancang dengan mempertimbangkan aspek psikologis sasaran komunikasi. Pemilihan bahasa yang sederhana, penyampaian pesan berdasarkan kompetensi komunikator, penggunaan contoh nyata dalam kehidupan sehari-hari, serta pendekatan yang empatik merupakan bagian dari strategi komunikasi yang berpotensi meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah. Oleh karena itu, penelitian ini lebih menitikberatkan pada analisis strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh akun TikTok @Rezkiachyana daripada mengukur pengaruhnya terhadap audiens.⁸

Penelitian ini penting dilakukan untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi dakwah diterapkan oleh akun TikTok @Rezkiachyana dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan pendampingan anak autis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi dakwah digital, terutama mengenai strategi penyampaian pesan yang komunikatif, persuasif, dan sesuai dengan karakteristik sasaran dakwah. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi praktisi dakwah digital dalam merancang strategi komunikasi yang efektif di media sosial.⁹

Meskipun penelitian mengenai dakwah digital telah banyak dilakukan, kajian yang secara khusus menyoroti strategi komunikasi dakwah melalui pendekatan psikologi komunikasi pada konten

⁸ Azizah Ayat Al Akhras, dkk., *Analisis Psikologi Komunikasi dalam Strategi Persuasif pada Akun Tiktok @huseinjafar*, (*Psikosospen: Jurnal Psikososial dan Pendidikan* 1, no. 4, 2025): h. 2132.

⁹ Effy Wardati Maryam dan Ramon Ananda Paryontri, *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*, (Sidoarjo: Umsida Press, 2020), hlm. 45.

pemahaman nilai-nilai Islam parenting anak berkebutuhan khusus masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian lebih berfokus pada penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah atau analisis isi pesan keagamaan, sementara aspek psikologis yang memengaruhi efektivitas penyampaian pesan belum banyak dikaji secara mendalam.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi dakwah diterapkan oleh akun TikTok @rezkiachyana melalui pendekatan psikologi komunikasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai cara komunikator membangun perhatian, persepsi, empati, motivasi, dan perubahan sikap *audiens* melalui konten digital yang mengandung nilai-nilai Islam. Selain memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian komunikasi dakwah dan psikologi komunikasi, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi para praktisi dakwah digital dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik masyarakat di era media sosial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi dakwah untuk anak autis pada akun @rezkiachyana ditiktok?
2. Bagaimana penerapan pendekatan psikologi komunikasi untuk anak autis pada akun @Rezkiachyana?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada uraian rumusan masalah yang ada, sehingga tujuan dari penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis strategi komunikasi dakwah untuk anak autis akun @Rezkiachyana.
2. Untuk menganalisis penerapan pendekatan psikologi komunikasi untuk anak autis dalam konten dakwah yang disajikan oleh akun TikTok @Rezkiachyana.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan dan tujuan yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis berharap studi ini dapat memberikan keuntungna, baik dalam aspek teori maupun praktik. Berikut adalah beberapa manfaat yang dimaksud:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi. Khususnya, penelitian ini fokus pada bidang komunikasi dakwah dalam konteks digital. Berikut adalah manfaat dari penelitian ini:

- a. Penelitian ini memperkaya kajian komunikasi dakwah di era digital, khususnya terkait efektivitas strategi penyampaian pesan edukatif dan persuasif melalui media baru seperti TikTok.
- b. Penelitian ini memperdalam pemahaman tentang psikologi komunikasi, sekaligus memperluas perspektif bahwa dakwah juga mencakup isu sosial seperti pola asuh anak berkebutuhan khusus.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat yang berguna bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Manfaat ini bisa digunakan sebagai referensi atau panduan dalam melakukan komunikasi dakwah di media digita seperti:

- a. Penelitian ini memberikan panduan strategis dalam memanfaatkan platform media sosial, Terutamanya TikTok, sebagai saluran media dakwah yang berkesan, meliputi pengemasan pesan, penggunaan bahasa yang komunikatif, serta pemanfaatan visual yang menarik dan mudah dipahami oleh *audiens*.
- b. Penelitian ini memberikan wawasan dan pemahaman nilai-nilai Islam terkait pola asuh yang tepat, khususnya bagi orang tua yang memiliki anak autis, melalui konten

dakwah digital yang mudah diakses dan relevan dengan kebutuhan mereka.

- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengembangan program pemahaman nilai-nilai Islam berbasis media digital serta berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemahaman tentang anak berkebutuhan khusus guna menciptakan lingkungan yang inklusif dan suportif.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teori

a. Teori Psikologi Stimulus-Respons John Broades Watson

Psikologi komunikasi merupakan cabang ilmu yang mengkaji proses-proses psikologis yang terjadi dalam aktivitas komunikasi. Kajian ini tidak hanya mempersoalkan bagaimana pesan disampaikan oleh komunikator, tetapi juga bagaimana pesan tersebut diterima, dipahami, dimaknai, serta menghasilkan perubahan tertentu pada diri penerima pesan. Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan psikologi komunikasi sebagai ilmu yang berusaha memahami, menjelaskan, dan memprediksi bagaimana proses mental serta perilaku manusia dipengaruhi oleh komunikasi dan bagaimana komunikasi dapat menimbulkan efek tertentu pada individu.¹⁰

Psikologi melihat komunikasi bukan sekadar pada aspek teknis pengiriman pesan atau struktur kebahasaan yang digunakan. Lebih dari itu, psikologi komunikasi meneliti bagaimana pesan yang diterima oleh indra manusia diolah di dalam jiwa, memicu memori, membentuk persepsi, hingga akhirnya menggerakkan individu untuk memberikan respons berupa perubahan

¹⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 9.

sikap atau tindakan.¹¹

Salah satu pendekatan dalam psikologi komunikasi adalah pendekatan behavioristik yang dipelopori oleh John Broadus Watson melalui teori Stimulus–Respons (*Stimulus–Response Theory*). Watson berpendapat bahwa perilaku manusia pada dasarnya merupakan hasil dari hubungan antara stimulus yang diberikan oleh lingkungan dengan respons yang ditunjukkan oleh individu. Menurut pandangan ini, perilaku dapat diamati secara objektif karena muncul sebagai reaksi terhadap rangsangan tertentu.¹²

Teori Stimulus–Respons menjelaskan bahwa stimulus merupakan segala bentuk rangsangan yang diterima individu, baik berupa kata-kata, gambar, suara, simbol, maupun tindakan tertentu. Sementara itu, respons adalah reaksi yang muncul setelah individu menerima stimulus tersebut. Respons dapat berupa perubahan pengetahuan, sikap, perasaan, maupun tindakan nyata. Dengan demikian, semakin tepat stimulus yang diberikan, semakin besar kemungkinan terciptanya respons yang diharapkan.

Stimulus merupakan segala bentuk rangsangan yang berasal dari lingkungan dan diterima oleh individu melalui alat inderanya. Dalam perspektif behaviorisme, stimulus menjadi faktor utama yang memengaruhi munculnya suatu perilaku. Stimulus dapat berupa objek fisik, kata-kata, simbol, suara, gambar, tindakan, maupun pesan komunikasi yang diterima seseorang. Watson berpendapat bahwa perilaku manusia pada dasarnya merupakan hasil dari respons terhadap berbagai stimulus yang datang dari lingkungannya. Oleh karena itu, untuk memahami

¹¹ Effy Wardati Maryam dan Ramon Ananda Paryontri, *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*, (Sidoarjo: Umsida Press, 2020), hlm. 14.

¹² Ujam Jaenudin, *Teori-Teori Kepribadian* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 70.

perilaku seseorang, perlu diperhatikan jenis stimulus yang diterima dan bagaimana stimulus tersebut memengaruhi tindakannya.¹³

Sementara itu, respons merupakan reaksi atau tanggapan yang muncul setelah individu menerima stimulus tertentu. Respons dapat berbentuk perubahan pengetahuan (kognitif), perubahan sikap (afektif), maupun perubahan perilaku nyata (konatif atau behavioral).¹⁴ Dalam teori behaviorisme, respons dianggap sebagai perilaku yang dapat diamati dan diukur sehingga menjadi objek utama kajian psikologi. Respons tidak muncul secara spontan, melainkan merupakan hasil dari proses belajar yang terjadi melalui interaksi individu dengan lingkungannya.

Hubungan antara stimulus dan respons dikenal sebagai pola Stimulus-Respons (S-R). Pola ini menjelaskan bahwa setiap perilaku manusia pada dasarnya merupakan hasil reaksi terhadap rangsangan yang diterimanya. Apabila suatu stimulus diberikan secara berulang dan disertai penguatan (reinforcement), maka respons yang diharapkan akan semakin kuat dan cenderung menjadi kebiasaan. Sebaliknya, apabila suatu perilaku tidak memperoleh penguatan atau justru mendapatkan hukuman (*punishment*), maka respons tersebut akan berkurang atau bahkan menghilang.

Behaviorisme merupakan salah satu aliran psikologi yang memandang manusia sebagai makhluk yang perilakunya sangat dipengaruhi oleh lingkungan. Aliran ini berkembang pada awal abad ke-20 melalui pemikiran John B. Watson yang menegaskan bahwa psikologi

¹³ Saeful Mujab, *Stimulus Guru Dan Respon Siswa Dalam Pembelajaran Bahasa Arab Kelas Vii Smp Daru Ulil Albab Tegal 2020/2021*, (Jurnal Bashrah, Vol.1, No. 02, 2021), hlm. 132.

¹⁴ Fatmawati, *Stimulus Guru Dan Respon Siswa Dalam Pembelajaran Bahasa Arab Di Tingkat Smp*, (Al Urwatul Wutsqa: Kajian Pendidikan Islam, Vol. 1, No. 2, 2021), hlm. 16.

seharusnya mempelajari perilaku yang dapat diamati (*observable behavior*) secara objektif dan ilmiah.

Dalam konteks penyampaian konten pemahaman nilai-nilai Islam parenting atau nilai-nilai keislaman secara persuasif, pemahaman terhadap aspek kognitif dan humanistik *audiens* menjadi sangat krusial. *Audiens* cenderung menerima dan mengolah pesan secara aktif jika pesan tersebut dirasa relevan dengan pemenuhan makna hidup mereka atau mampu menyelesaikan problem psikologis yang sedang mereka hadapi.¹⁵

Keberhasilan atau efektivitas sebuah proses komunikasi sangat ditentukan oleh pemenuhan tahapan psikologis di dalam diri komunikan. Jalaluddin Rakhmat mengidentifikasi empat proses psikologis utama yang saling berkaitan dalam menentukan bagaimana pesan diterima dan diinterpretasikan.¹⁶

- 1) Sensasi: Proses awal di mana alat indra manusia (seperti mata dan telinga) menangkap stimuli atau pesan dari luar. Di era digital, konten video pendek yang menarik secara visual dan auditori memegang peranan penting pada tahap sensasi ini.
- 2) Persepsi: Proses pemberian makna pada stimuli indrawi yang telah ditangkap. Setiap orang dapat memberikan makna yang berbeda terhadap konten yang sama, tergantung pada pengalaman masa lalu, kebutuhan, dan kesiapan mental masing-masing.
- 3) Memori: Proses penyimpanan informasi dan pemanggilan kembali informasi tersebut di dalam otak. Pesan yang disampaikan dengan cara yang unik, menyentuh emosi, atau bersifat aplikatif akan lebih

¹⁵ Azizah Ayat Al Akhras, dkk., *Analisis Psikologi Komunikasi dalam Strategi Persuasif pada Akun Tiktok @huseinjafar*, (*Psikosospen: Jurnal Psikososial dan Pendidikan* 1, no. 4, 2025), hlm. 2135.

¹⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 49.

mudah tersimpan dalam memori jangka panjang (long-term memory) *audiens*.

- 4) Berpikir: Proses manipulasi atau organisasi representasi mental dari informasi yang diterima guna mengambil keputusan atau memecahkan masalah.

Selain faktor internal di atas, terdapat faktor eksternal psikologis yang sangat menentukan keberhasilan komunikasi persuasif, yaitu faktor psikologis komunikator. Jalaluddin Rakhmat menekankan bahwa efektivitas pesan sangat dipengaruhi oleh bagaimana *audiens* mempersepsikan orang yang menyampaikan pesan tersebut. Dua aspek utama yang harus dimiliki komunikator adalah etos komunikator (kredibilitas) dan daya tarik (*attractiveness*). Kredibilitas mengacu pada keahlian (*expertise*) dan kepercayaan (*trustworthiness*) yang dirasakan *audiens* terhadap komunikator, sementara daya tarik dapat berupa kesamaan karakter atau kedekatan emosional antara komunikator dan komunikan.¹⁷

b. Strategi Komunikasi Dakwah

Secara etimologis, strategi berasal dari kata Yunani *strategia*, yang berarti seni atau ilmu menjadi seorang jenderal. Dalam konteks ilmu komunikasi, strategi tidak sekadar dimaknai sebagai taktik, melainkan sebuah perencanaan terpadu guna mencapai efek komunikasi yang optimal. Menurut Hafied Cangara, strategi komunikasi merupakan kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, hingga pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang spesifik.¹⁸

¹⁷ Meidy Aisyah, *Ethos, Pathos, Logos dan Komunikasi Publik: A Systematic Literature Review*, (Jurnal Dharma Agung 30, no. 3, 2022), hlm. 118, DOI: <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2066>.

¹⁸ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2023), hlm. 43.

Strategi komunikasi esensinya adalah panduan menyeluruh yang mengarahkan proses penyampaian pesan agar mampu menembus batas-batas hambatan psikologis, sosiologis, maupun teknis yang ada pada komunikan. Ijang Faisal menegaskan bahwa keberadaan strategi komunikasi berfungsi menjembatani antara tataran teoritis (apa yang ingin disampaikan) dengan tataran praktis (bagaimana pesan tersebut diterima dan mengubah perilaku).¹⁹ Dengan demikian, strategi komunikasi tidak hanya fokus pada bagaimana pesan itu disebarkan, melainkan bagaimana pengelolaan seluruh komponen komunikasi tersebut dapat memengaruhi pemahaman dan tindakan khalayak sasaran.

Untuk merumuskan strategi komunikasi yang efektif, seorang komunikator harus berpijak pada konsep-konsep dasar perencanaan komunikasi. R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki tiga tujuan utama yang saling berkesinambungan, yaitu:

- 1) *To secure understanding* (memastikan pesan dimengerti oleh komunikan).
- 2) *To establish acceptance* (membina penerimaan agar pesan dapat diterima dengan baik).
- 3) *To motivate action* (menggerakkan tindakan atau perilaku komunikan sesuai dengan arah pesan).²⁰

Dalam implementasinya, konsep strategi komunikasi modern menuntut adanya integrasi yang kuat antar elemen, terutama di era digital. Syarif Alim dalam kajiannya mengenai strategi komunikasi digital memaparkan bahwa konsep strategi komunikasi yang matang wajib memuat lima komponen utama, antara lain:

¹⁹ Ijang Faisal, *Komunikasi Strategis dan Strategi Komunikasi Organisasi*, ed. Mahi M. Hikmat (Bandung: Komisi Informasi Provinsi Jawa Barat, 2023), hlm. 21.

²⁰ Syarif Alim, *Digital PR: Dasar-Dasar Strategi Komunikasi di Era Digital* (Malang: Global Interactive Media, 2024), hlm. 78.

- 1) Analisis Khalayak (*Audience Analysis*): Mengidentifikasi karakteristik demografis, psikografis, dan kebutuhan sasaran agar pendekatan komunikasi bersifat persuasif dan tepat sasaran (*human-centered approach*).
- 2) Formulasi Pesan (*Message Design*): Menyusun isi pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki daya tarik emosional serta relevansi budaya dengan khalayak.
- 3) Pemilihan Media (*Media Selection*): Menentukan saluran komunikasi (baik konvensional maupun media baru seperti media sosial) yang paling efektif dalam menjangkau khalayak target secara efisien
- 4) Kredibilitas Komunikator (*Source Credibility*): Memastikan pihak yang menyampaikan pesan memiliki *trustworthiness* (kepercayaan) dan *expertise* (keahlian) di mata khalayak.
- 5) Evaluasi dan Upan Balik (*Evaluation and Feedback*): Mengukur sejauh mana efek atau perubahan perilaku terjadi pada khalayak setelah pesan disampaikan, sekaligus mendeteksi hambatan komunikasi (*noise*) yang muncul selama proses berlangsung.

Integrasi komponen-komponen ini sejalan dengan temuan riset Ahmad Arfan dkk., yang menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah strategi komunikasi di era kontemporer sangat ditentukan oleh kemampuan komunikator dalam melakukan adaptasi digital serta memanfaatkan umpan balik berbasis data real-time demi menjaga reputasi dan keterbacaan pesan di ruang publik.²¹

Strategi dakwah merupakan perencanaan yang disusun secara sistematis dalam menyampaikan ajaran Islam agar tujuan dakwah dapat tercapai secara efektif. Strategi ini mencakup penentuan sasaran dakwah (*mad'u*),

²¹ Ahmad Arfan dkk., "Analisis Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Citra Organisasi di Era Digital," *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol. 1, No. 3 (2025): hlm. 735.

penyusunan materi (*maddah*), pemilihan metode (*thariqah*), penggunaan media (*wasilah*), serta evaluasi terhadap hasil dakwah.²² Dengan demikian, strategi dakwah tidak hanya berorientasi pada isi pesan, tetapi juga memperhatikan cara penyampaian agar sesuai dengan kondisi dan karakteristik sasaran.

Dalam konteks media digital, strategi dakwah mengalami perkembangan yang menyesuaikan perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi. Platform media sosial, termasuk TikTok, memungkinkan penyampaian pesan keagamaan dilakukan melalui video pendek yang dikemas secara menarik, komunikatif, dan mudah dipahami. Oleh karena itu, seorang komunikator dituntut mampu menyusun strategi penyampaian pesan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat digital.

c. Retorika Persuasif Aristoteles

Teori retorika persuasif pertama kali dikemukakan oleh Aristoteles dalam karyanya yang berjudul *Rhetoric*. Ia menggambarkan retorika sebagai kemampuan untuk mengeksplorasi beragam metode persuasi yang tersedia dalam konteks tertentu.²³ Retorika tidak hanya dipahami sebagai seni berbicara, melainkan sebagai strategi komunikasi yang bertujuan mempengaruhi sikap dan pandangan *audiens* melalui penyusunan pesan yang sistematis dan argumentatif. Dalam konsepnya, Aristoteles menjelaskan bahwa keberhasilan persuasi bertumpu pada tiga unsur utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*.²⁴ Ketiga unsur ini menjadi fondasi dasar

²² Efa Rubawati Syaifuddin, *Strategi Dakwah Berdasarkan Kesiapan Mental Dan Spiritual Mad'u*, (Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, Vol. 7 No. 4, 2024), hlm. 15731.

²³ Aristotle, *Rhetoric*, terj. W. Rhys Roberts (New York: Dover Publications, 2004), hlm.

²⁴ Meidy Aisyah, *Ethos, Pathos, Logos dan Komunikasi Publik: A Systematic Literature Review*, (Jurnal Darma Agung, 2022), Vol. 30, No. 3, hlm. 443. DOI: <http://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2066>

komunikasi persuasif dan masih relevan dalam kajian komunikasi modern, termasuk dalam konteks dakwah digital.

Unsur pertama adalah *ethos*, yaitu kredibilitas atau karakter komunikator yang memengaruhi tingkat kepercayaan *audiens*. Aristoteles menegaskan bahwa *audiens* akan lebih mudah diyakinkan oleh komunikator yang memiliki integritas, keahlian, dan niat baik. Kredibilitas ini mencakup reputasi moral serta kompetensi dalam bidang yang dibahas. Dalam komunikasi dakwah, *ethos* menjadi aspek penting karena pesan keagamaan akan lebih diterima jika disampaikan oleh sosok yang memiliki otoritas keilmuan dan keteladanan.

Unsur kedua adalah *pathos*, yakni kemampuan komunikator dalam membangkitkan emosi *audiens*. Aristoteles menjelaskan bahwa emosi memiliki pengaruh signifikan terhadap proses penilaian dan pengambilan keputusan seseorang. Oleh karena itu, pesan yang mampu menyentuh sisi emosional seperti empati, kasih sayang, atau kepedulian akan lebih efektif dalam memengaruhi *audiens*. Dalam konteks dakwah melalui media sosial seperti TikTok, pendekatan emosional dapat diwujudkan melalui penggunaan bahasa yang menyentuh, visual yang menggugah, serta narasi yang dekat dengan pengalaman *audiens*.

Unsur ketiga adalah *logos*, yaitu penggunaan argumentasi yang rasional dan didukung oleh bukti logis. *Logos* menekankan pentingnya struktur pesan yang sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan secara intelektual. Dalam komunikasi dakwah digital, *logos* dapat berupa penyampaian informasi berbasis ilmu, penjelasan yang runtut, maupun solusi praktis yang aplikatif bagi *audiens*.

d. Anak Autis (*Autism Spectrum Disorder*)

Autisme atau *Autism Spectrum Disorder* (ASD) merupakan gangguan perkembangan saraf (*neurodevelopmental disorder*) yang memengaruhi kemampuan seseorang dalam berkomunikasi, berinteraksi sosial, serta menunjukkan pola perilaku, minat, dan aktivitas yang terbatas atau berulang. Istilah *spectrum* menunjukkan bahwa karakteristik autisme sangat beragam sehingga setiap individu memiliki tingkat kemampuan dan kebutuhan yang berbeda-beda.²⁵

Anak autis umumnya mengalami hambatan dalam memahami komunikasi verbal maupun nonverbal, menjaga kontak mata, mengekspresikan emosi, serta merespons interaksi sosial. Selain itu, sebagian anak autis memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap rangsangan tertentu, seperti suara, cahaya, maupun sentuhan. Kondisi tersebut menyebabkan proses penyampaian informasi memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih sederhana, terstruktur, konsisten, dan disesuaikan dengan karakteristik masing-masing anak.

2. Penelitian Relevan

Setelah menelusuri dari berbagai referensi dan sumber, yang dimana memiliki hubungan atau keterkaitan antara peneliti satu dengan yang lain. Dimana dari penelitian terdapat persamaan. Dalam hal tersebut, maka penelitian yang membahas tentang strategi komunikasi dengan pendekatan psikologi komunikasi pada tiktok @Rezkiachyana dalam menyampaikan pemahaman nilai-nilai Islam tentang pola asuh anak autis. Terdapat beberapa karya penelitian yang bisa digunakan menjadi referensi atau rujukan dalam mendorong penulisan skripsi:

- a. Penelitian Silfia Rahmah Harahap (2023) dengan judul "Strategi Komunikasi Persuasif Akun TikTok @Risya_Bay dalam Berdakwah". Penelitian ini mengkaji strategi

²⁵ Sulistiana Dewi, *Gangguan Autis pada Anak*, (SCIENA, Vol. 3, No. 6, 2024), hlm. 419.

komunikasi persuasif akun TikTok @risyad_bay dalam berdakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun tersebut menggunakan strategi psikodinamika, sosiokultural, dan konstruksi makna untuk menarik perhatian *audiens*. Kelebihan penelitian ini adalah pembahasannya yang fokus pada strategi persuasi dakwah di TikTok. Namun, penelitian ini belum mengkaji aspek psikologi komunikasi secara mendalam. Perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada objek dan fokus analisis yang menggunakan pendekatan psikologi komunikasi pada akun @Rezkiachyana.²⁶

- b. Penelitian Nasichah, Halimatus Tsabitah, dan Zakia Aqilah Solihah (2025) dengan judul "Transformasi Psikologi Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial TikTok di Era Digital: Studi pada The Yuriza Sisters". Penelitian ini membahas psikologi komunikasi dakwah melalui TikTok pada akun The Yuriza Sisters. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang lembut, emosional, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari dapat meningkatkan efektivitas dakwah. Kelebihannya adalah penggunaan perspektif psikologi komunikasi dalam analisis dakwah digital. Kekurangannya, penelitian hanya berfokus pada dakwah langsung melalui media sosial. Sementara itu, penelitian ini mengkaji dakwah melalui konten edukatif pada akun @Rezkiachyana.²⁷
- c. Penelitian Amalia Khairul Mafaza dkk. (2025) dengan judul "Analisis Komunikasi Dakwah Melalui Animasi di TikTok: Studi Kasus pada Akun @Taarts_Tok". Penelitian ini menganalisis komunikasi dakwah melalui animasi pada akun TikTok @taarts_tok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan animasi, narasi, dan visual yang menarik mampu

²⁶ Silfia Rahmah Harahap, "Strategi Komunikasi Persuasif Akun TikTok @Risyad_Bay dalam Berdakwah" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, 2023).

²⁷ Nasichah, Halimatus Tsabitah, dan Zakia Aqilah Solihah, *Transformasi Psikologi Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial TikTok di Era Digital: Studi pada The Yuriza Sisters*, (Psikosospes : Jurnal Psikososial dan Pendidikan, Vol. 1, No. 4, 2025).

meningkatkan penerimaan pesan dakwah. Kelebihan penelitian ini terletak pada kajian dakwah berbasis media visual. Namun, penelitian belum membahas proses psikologis *audiens* secara mendalam. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah objek penelitian dan penggunaan pendekatan psikologi komunikasi sebagai fokus utama.²⁸

- d. Penelitian Devina Puti Zakiya (2023) dengan judul "Strategi Komunikasi Persuasif Akun TikTok @hiyung_agam sebagai Media Berdakwah". Penelitian ini membahas strategi komunikasi persuasif akun TikTok @hiyung_agam dalam berdakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi psikodinamika, sosiokultural, dan konstruksi makna digunakan dalam penyampaian pesan dakwah. Kelebihannya adalah analisis strategi komunikasi persuasif yang sistematis pada media TikTok. Kekurangannya, penelitian lebih menekankan aspek persuasi dan belum mengkaji psikologi komunikasi secara mendalam. Berbeda dengan penelitian ini yang berfokus pada strategi komunikasi dakwah melalui pendekatan psikologi komunikasi pada akun @Rezkiachyana.²⁹

Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai dakwah digital di TikTok telah banyak dilakukan dengan fokus pada strategi komunikasi persuasif, komunikasi audiovisual, dan psikologi komunikasi. Namun, masih terdapat celah penelitian terkait strategi komunikasi dakwah yang menggunakan pendekatan psikologi komunikasi dalam konten pemahaman nilai-nilai Islam parenting anak berkebutuhan khusus yang mengandung nilai-nilai dakwah Islam. Oleh karena itu, penelitian mengenai "Strategi Komunikasi Dakwah dengan Pendekatan Psikologi Komunikasi pada Akun TikTok @Rezkiachyana" memiliki kebaruan karena

²⁸ Amalia Khairul Mafaza, dkk., *Analisis Komunikasi Dakwah Melalui Animasi di TikTok: Studi Kasus pada Akun @Taarts_Tok*, (As-Sulthan Journal Of Education (ASJE), Vol. 10, No. 3, 2025).

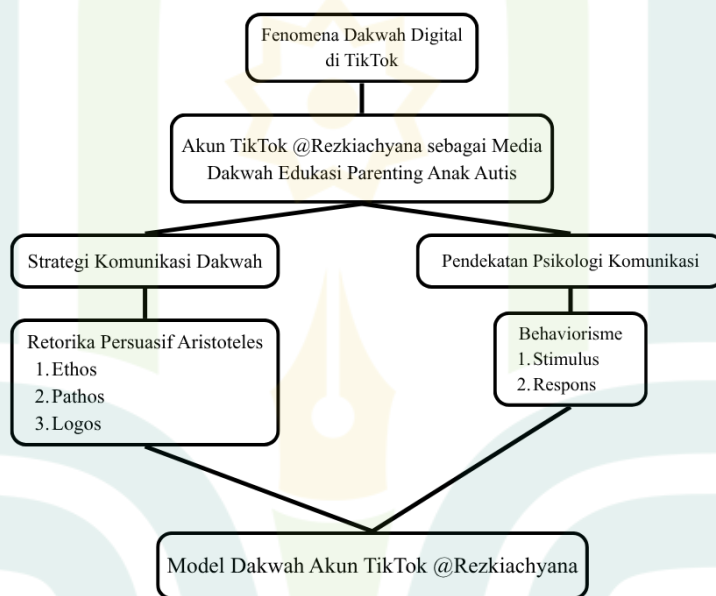
²⁹ Devina Puti Zakiya, "Strategi Komunikasi Persuasif Akun TikTok @hiyung_agam sebagai Media Berdakwah" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023).

mengkaji bagaimana pesan dakwah dikonstruksi melalui praktik pemahaman nilai-nilai Islam, interaksi sosial, dan pengalaman nyata yang mampu memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan konatif *audiens*.

3. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu pola atau struktur sistematis yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antar konsep, variabel, atau fenomena dalam sebuah penelitian atau kajian. Kerangka ini berfungsi sebagai panduan dalam memahami bagaimana teori, data, dan hipotesis saling terkait dan mengarahkan proses analisis.³⁰

Berikut alur kerangka berpikir dari penelitian ini:



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

³⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 35.

Penelitian ini berangkat dari fenomena berkembangnya dakwah digital melalui media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana penyampaian nilai-nilai Islam kepada masyarakat. Akun TikTok @Rezkiachyana dipilih sebagai objek penelitian karena menyajikan konten edukasi tentang pendampingan anak autisme yang dikemas melalui bahasa yang sederhana, penyampaian yang komunikatif, serta pendekatan yang persuasif.

Penelitian ini berfokus pada analisis strategi komunikasi dakwah yang diterapkan dalam konten tersebut dengan menggunakan teori Strategi Komunikasi, Strategi Dakwah, Psikologi Komunikasi, dan Retorika Persuasif Aristoteles (*ethos*, *pathos*, dan *logos*) untuk memperoleh gambaran mengenai strategi komunikasi dakwah yang digunakan dalam menyampaikan nilai-nilai Islam tentang pendampingan anak autisme melalui media sosial TikTok..

F. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam studi ini digunakan sebagai pedoman untuk menganalisis secara sistematis strategi komunikasi dakwah dalam konten TikTok @Rezkiachyana, khususnya terkait pendekatan psikologi komunikasi. Mengingat objek penelitian berupa konten media digital yang mengandung pesan verbal, visual, dan simbolik, maka digunakan pendekatan kualitatif yang bersifat interpretatif untuk memahami makna dan konstruksi pesan dakwah. Selanjutnya, metode penelitian ini dijelaskan melalui beberapa aspek, yaitu jenis dan pendekatan penelitian, paradigma, subjek, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi dakwah dengan pendekatan psikologi komunikasi yang diterapkan pada akun TikTok @Rezkiachyana. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai

fenomena komunikasi dakwah melalui pengamatan terhadap objek penelitian, penafsiran terhadap data yang diperoleh, serta pemaknaan terhadap berbagai bentuk komunikasi yang muncul dalam proses dakwah digital. Menurut Lexy J. Moleong,

penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial atau kemanusiaan.³¹ Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung pada objek yang diteliti guna memperoleh data yang faktual, mendalam, dan sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan.³² Dalam konteks penelitian ini, lapangan penelitian berupa ruang digital yang terdapat pada akun TikTok @Rezkiachyana. Oleh karena itu, penelitian dilakukan melalui observasi virtual terhadap konten-konten yang diunggah pada akun tersebut, interaksi yang terjadi antara kreator dan *audiens*, serta berbagai aktivitas komunikasi dakwah yang berlangsung di dalam platform TikTok.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi virtual, wawancara dengan informan yang relevan, dan dokumentasi. Observasi virtual digunakan untuk mengamati berbagai konten dakwah yang dipublikasikan pada akun TikTok @Rezkiachyana, baik berupa video, caption, narasi, maupun bentuk interaksi yang muncul dalam kolom komentar. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi dakwah yang diterapkan, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil penelitian.

Dengan demikian, penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif karena berupaya menggambarkan, menjelaskan, dan

³¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), hlm. 26.

³² Manja, *Pemahaman Penelitian Mahasiswa Pada Mata Kuliah Metode Penelitian Kualitatif*, (Syi'ar : Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam Vol. 8 No. 2, 2025), hlm. 64.

memahami secara mendalam fenomena strategi komunikasi dakwah pada akun TikTok @Rezkiachyana berdasarkan data yang diperoleh secara langsung dari lapangan penelitian. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang utuh mengenai penggunaan unsur-unsur psikologi komunikasi dalam aktivitas dakwah digital serta efektivitasnya dalam membangun pemahaman, ketertarikan, dan keterlibatan *audiens* terhadap pesan-pesan Islam yang disampaikan.

2. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan kerangka berpikir filosofis yang mendasari setiap langkah penelitian, mulai dari perumusan masalah, pemilihan metode, pengumpulan data, hingga proses analisis dan penarikan kesimpulan.³³ Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme karena penelitian ini menekankan pemahaman mendalam terhadap makna sosial yang dibangun oleh subjek penelitian dalam konteks media digital, bukan pada pengukuran numerik atau generalisasi statistik.

Paradigma konstruktivisme memandang bahwa realitas sosial bersifat multidimensional dan dibentuk oleh persepsi, pengalaman, serta interaksi sosial para aktor di dalamnya.³⁴ Paradigma ini berfokus pada pemahaman fenomena dari perspektif pelaku, sehingga peneliti berupaya menggali makna yang terkandung dalam fenomena tersebut melalui interpretasi data yang kontekstual dan holistik. Dalam konteks penelitian ini, pesan-pesan dakwah pada akun TikTok @Rezkiachyana dipandang bukan sebagai data objektif yang berdiri sendiri, melainkan sebagai konstruksi simbolik yang harus diinterpretasikan berdasarkan konteks sosial dan digital di mana pesan itu diproduksi dan dikonsumsi.

³³ Degdo Suprayitno, Ahmad, Tartila, Sa'dianoor, dan Yuri Alfrin Aladdin, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Komprehensif dan Referensi Wajib bagi Peneliti* (Jakarta: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hlm. 25.

³⁴ Kusumajanti, Syarifuddin, Henny Sanulita, dan Gopur, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Paradigma Baru Bidang Ilmu Sosial* (Jakarta: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2025), hlm. 18.

Pemilihan paradigma konstruktivisme didukung oleh landasan filosofis bahwa realitas sosial tidak dapat dipahami secara menyeluruh melalui angka atau ukuran statistik semata, tetapi melalui pemaknaan terhadap pengalaman subjek dan interaksi sosial yang terjadi. Paradigma ini sejalan dengan pendekatan kualitatif, yang dalam metodologinya menekankan pada pemahaman mendalam, kontekstual, dan proses interpretatif dalam menganalisis fenomena yang kompleks.

Selain itu, Paradigma ini memandang bahwa pengetahuan bukan sesuatu yang bersifat tunggal dan objektif, melainkan dibentuk melalui interaksi, pengalaman, dan interpretasi pelaku sosial terhadap fenomena yang diteliti.³⁵ Oleh karena itu, pendekatan ini sangat sesuai untuk penelitian yang mengkaji pesan, simbol, dan retorika dalam ruang digital seperti media sosial, di mana makna dan pengalaman subjek menjadi fokus utama analisis.

Dengan demikian, paradigma konstruktivisme dipilih sebagai landasan filosofis penelitian ini karena kemampuannya untuk mendekati fenomena sosial dalam bentuk yang kompleks, kontekstual, dan bermakna. Paradigma ini membuka ruang bagi peneliti untuk menginterpretasikan makna dakwah dalam konten TikTok @Rezkiachyana secara mendalam pada interaksi digital.

3. Subjek Penelitian

Subjek yang diteliti adalah entitas atau sumber utama yang menjadi perhatian dalam proses pengumpulan data untuk penelitian. Dalam konteks penelitian kualitatif, subjek yang diteliti tidak selalu diartikan sebagai individu secara fisik. Namun, bisa juga berupa arsip, teks, aktivitas atau fenomena sosial yang memiliki informasi yang relevan dengan tema penelitian. Pemilihan subjek penelitian dilakukan secara sengaja, berdasarkan pertimbangan tertentu yang sejalan dengan

³⁵ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)* (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press, 2020), hlm. 12.

tujuan dan kebutuhan penelitian.³⁶

Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah konten dakwah yang dipublikasikan melalui akun TikTok @Rezkiachyana. Konten tersebut meliputi video-video dakwah yang mengandung unsur retorika persuasif, baik dalam bentuk penyampaian verbal, visual, maupun simbolik. Pemilihan akun tersebut didasarkan pada relevansinya dengan fokus penelitian, yaitu analisis pesan psikologi komunikasi dalam konten pada akun TikTok @Rezkiachyana. Oleh karena itu, subjek penelitian tidak berorientasi pada jumlah pengikut atau popularitas semata, melainkan pada substansi pesan dakwah yang disampaikan.

Dalam penelitian kualitatif, penentuan subjek dilakukan secara selektif agar data yang diperoleh bersifat mendalam (*in-depth*) dan sesuai dengan kebutuhan analisis. Subjek penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa konten yang dianalisis mengandung unsur komunikasi persuasive psikologi yang dapat dikaji secara retorik dan kontekstual.³⁷ Dengan demikian, subjek penelitian ini berfungsi sebagai sumber data utama yang dianalisis untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah lokasi dari mana data yang diambil untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian dan untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, sumber informasi tidak terbatas pada angka atau data statistik, tetapi lebih fokus pada artikel, pengalaman, sudut pandang, pemahaman, dan fenomena sosial

95. ³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2023), hlm.

³⁷ Degdo Suprayitno dkk., *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Komprehensif dan Referensi Wajib bagi Peneliti* (Jakarta: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hlm. 41.

yang relevan dengan isu yang dipelajari.³⁸ Penelitian kualitatif menempatkan data sebagai elemen sentral yang diperoleh dari individu, situasi, dokumen, maupun interaksi sosial yang relevan dengan fenomena komunikasi yang dianalisis.

Secara umum, sumber data dalam penelitian kualitatif dapat dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari objek atau subjek penelitian yang relevan, seperti konten media sosial, interaksi pengguna, maupun narasi visual dan verbal yang menjadi fokus studi.³ Sumber data primer dalam penelitian ini difokuskan secara spesifik pada konten video TikTok yang diunggah oleh akun @Rezkiachyana. Untuk memberikan batasan yang jelas, data yang dianalisis dipilih secara relevansinya dengan unsur psikologi komunikasi.

- 1) Video tanggal 20 Juni 2023, Pemahaman nilai-nilai Islam Cara Mengajarkan Anak Belajar, membahas metode sederhana dalam mengajarkan anak belajar. Kita bisa menggunakan pendekatan bertahap, pengulangan, dan pemberian stimulus yang sesuai dengan kemampuan anak. Dalam video ini, kita juga bisa melihat praktik langsung dalam mendampingi anak belajar, sehingga kita bisa memahami cara penerapan metode tersebut di rumah.
- 2) Video tanggal 4 Mei 2024, Pemahaman nilai-nilai Islam Membawa Teman Tunanetra saat Salat Jumat, membahas bagaimana kita bisa membawa anak autis ke lingkungan ibadah, khususnya saat salat Jumat. Video ini menampilkan situasi nyata yang dihadapi orang tua dan memberikan solusi praktis agar anak tetap bisa mengikuti aktivitas ibadah dengan nyaman. Ini juga menunjukkan

³⁸ Fadila Ramadona Wijaya, Fehan Alya Rahmi Lubis, Mhd. Najib Sihab Siregar & Azmi Ayu Fauziah Batubara, *Sumber Data, Subjek Penelitian, dan Isu Terkait*, (Edukatif, 2025), Vol. 3, No. 2, hlm. 271.

bagaimana kita bisa mengintegrasikan kebutuhan anak berkebutuhan khusus dengan praktik keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

- 3) Video tanggal 26 Juni 2023, Anjuran Membaca Doa Sebelum Belajar, menampilkan pentingnya membiasakan anak membaca doa sebelum memulai aktivitas belajar. Dalam konten ini, nilai spiritual ditanamkan sebagai bagian dari proses pendidikan anak. Hal ini mengindikasikan bahwa pembelajaran tidak semata-mata berfokus pada elemen kognitif, namun juga mencakup pengembangan karakter dan nilai-nilai spiritual sejak usia dini.

Selain itu, komentar *audiens* yang dianalisis dibatasi pada respons yang berkaitan langsung dengan isi pesan dalam konten tersebut. Pemilihan beberapa video ini menunjukkan kesinambungan antara pemahaman nilai-nilai Islam parenting anak autis dan penyampaian nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini tidak mengkaji seluruh konten akun secara keseluruhan, melainkan terbatas pada konten yang merepresentasikan strategi komunikasi dakwah secara persuasif.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung dari objek penelitian, melainkan berasal dari dokumen, literatur, referensi ilmiah, buku, artikel jurnal, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik dakwah digital dan strategi komunikasi.³⁹ Data sekunder berfungsi untuk mendukung kerangka konseptual dan teoretis penelitian, serta memperkuat proses analisis terhadap data primer.

Dalam penelitian ini, data sekunder meliputi buku-buku teori komunikasi, teori psikologi komunikasi, dan retorika persuasif, teori komunikasi dakwah, jurnal ilmiah

³⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), hlm. 73.

tentang dakwah digital, serta penelitian terdahulu yang membahas komunikasi dakwah di media sosial. Data sekunder ini digunakan untuk membangun landasan teori, memperjelas posisi penelitian, dan memberikan legitimasi akademik terhadap temuan yang dihasilkan.

Lebih lanjut, penelitian media sosial dalam kajian kualitatif dapat menggunakan konten media itu sendiri sebagai sumber data karena konten digital seperti teks, audio, gambar, dan video mencerminkan praktik komunikasi dan interaksi sosial yang terjadi di dunia maya. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial menyediakan *traces* (jejak digital) yang dapat dianalisis secara kontekstual untuk memahami pola komunikasi, interpretasi pesan, serta interaksi antar-pengguna tanpa perlu kontak langsung.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tahap krusial dalam studi karena bertujuan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan fokus dan masalah yang di rumuskan dalam penelitian. Pada penelitian kualitatif, metode pengumpulan data dilakukan secara organik dan kontekstual sesuai dengan sifat objek yang sedang diteliti. Berikut adalah metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini:

a. Observasi

Observasi adalah suatu metode untuk mengumpulkan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap subjek yang sedang diteliti, dengan tujuan mendapatkan gambaran yang teratur mengenai fenomena yang sedang diteliti. Dalam kajian kualitatif, observasi bukan hanya sekedar pengelihatian, tetapi juga mencakup pemahaman tentang konteks, arti, dan pola interaksi yang berlangsung dalam subjek penelitian.⁴⁰ Dalam konteks penelitian ini, observasi dilakukan terhadap konten video yang diunggah pada akun TikTok @Rezkiachyana. Observasi difokuskan pada bentuk

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2022), hlm. 134.

penyampaian pesan dakwah, penggunaan bahasa verbal dan nonverbal, struktur narasi, visualisasi konten, serta respons *audiens* yang muncul dalam kolom komentar. Observasi ini bersifat non-partisipatif, karena peneliti tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas pembuatan konten, melainkan hanya mengamati dan menganalisis konten yang telah dipublikasikan.

Melalui teknik observasi ini, peneliti dapat mengidentifikasi secara mendalam pola strategi komunikasi dakwah yang digunakan dalam setiap konten yang dipublikasikan. Observasi tidak hanya dilakukan pada aspek tema atau topik pembahasan, tetapi juga pada struktur penyampaian pesan, pilihan diksi, gaya bahasa, intonasi, ekspresi visual, serta simbol-simbol nonverbal yang menyertai pesan dakwah tersebut. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memetakan bagaimana komunikator membangun kredibilitas, menggugah emosi *audiens*, serta menyusun argumentasi yang logis dalam menyampaikan pesan edukatif terkait pola asuh anak autis. Analisis ini penting untuk melihat bagaimana unsur persuasif dikonstruksi sehingga pesan dakwah tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun empati dan keterlibatan publik.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menghimpin dan menganalisis berbagai berkas yang berhubungan dengan objek penelitian.⁴¹ Dokumen dalam penelitian kualitatif tidak hanya dipahami sebagai arsip tertulis, tetapi mencakup gambar, rekaman audio-visual, tangkapan layar, maupun bentuk dokumen digital lainnya yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian.⁴² Melalui teknik ini, peneliti memperoleh data

⁴¹ Elis Mila Rosa, dkk, *Strategi Komunikasi Dakwah dalam Penguatan Moderasi Beragama di Media Digital*, (Konstitusi: Jurnal Hukum, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi, 2025), Vol. 2, No. 4 hlm. 93.

⁴² Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Interpretatif, Interaktif, dan Konstruktif*. Edisi ke-3. (Bandung: CV Alfabeta, 2020), hlm 83.

yang bersifat tetap (*recorded data*) sehingga dapat dipahami secara berulang untuk menemukan makna, pola, dan kecenderungan tertentu yang relevan dengan rumusan masalah.

Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengarsipkan konten video TikTok yang diunggah pada akun @Rezkiachyana, termasuk *caption*, elemen visual, serta tangkapan layar (*screenshot*) komentar *audiens* yang mencerminkan respons publik. Selain itu, data pendukung seperti jumlah tayangan, jumlah suka, jumlah komentar, dan bentuk interaksi lainnya turut didokumentasikan sebagai bagian dari konteks komunikasi digital yang terjadi. Data dokumentasi tersebut kemudian dianalisis secara sistematis untuk melengkapi hasil observasi, sehingga interpretasi terhadap strategi komunikasi dakwah yang diterapkan menjadi lebih komprehensif dan berbasis bukti.

Penggunaan teknik dokumentasi dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa konten media sosial merupakan bentuk dokumen digital yang dapat dijadikan sumber data empiris. Dokumentasi yang dilakukan secara sistematis memungkinkan peneliti menjaga keaslian data, memudahkan proses penelusuran ulang, serta meningkatkan ketelitian dalam proses analisis. Dengan demikian, dokumentasi tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap observasi, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam memastikan validitas dan konsistensi temuan penelitian mengenai strategi komunikasi dakwah di ruang digital.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk mengolah dan menafsirkan data berupa konten video TikTok @Rezkiachyana secara sistematis. Mengingat data yang dianalisis berbentuk visual, verbal, dan simbolik, maka proses analisis dilakukan secara kualitatif dan interpretatif dengan berfokus pada identifikasi serta pemaknaan unsur retorika persuasif Aristoteles. Oleh karena itu, analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa tahapan yang

saling berkaitan erat.

a. Reduksi Data

Sebagai bagian dari proses analisis dalam penelitian kualitatif, data yang telah diperoleh melalui teknik observasi dan dokumentasi tidak langsung digunakan secara keseluruhan, melainkan melalui tahapan seleksi, penyederhanaan, dan pengorganisasian.⁴³ Oleh karena itu, langkah pertama dalam analisis data penelitian ini adalah melakukan penyaringan data.

Pada tahap ini, peneliti memilih dan menitikberatkan pada data yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Data berupa video konten dakwah pada akun TikTok @Rezkiachyana ditonton dan diamati secara berulang untuk mengidentifikasi bagian-bagian yang mengandung unsur psikologi komunikasi Jalaludin, yaitu sensasi, persepsi, memori, dan berpikir

Selanjutnya, peneliti melakukan transkripsi terhadap narasi verbal, kutipan ayat atau hadis, pilihan diksi, ekspresi visual, serta bentuk penyampaian pesan yang dianggap penting. Data yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian disisihkan, sedangkan data yang relevan dikategorikan berdasarkan indikator sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Tahap reduksi ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan analisis yang lebih mendalam dan terarah sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

b. Penyajian Data

Setelah proses reduksi data, langkah berikutnya adalah menyajikan data. Pada tahap ini, data yang sudah dikonfigurasi diatur secara teratur dalam bentuk penjelasan deskriptif-analitis serta tabel pengelompokan elem retorika yang bersifat persuasif.

Data disajikan berdasarkan empat unsur utama psikologi Jalaludin. Menurut Jalaluddin Rakhmat, sensasi

⁴³ Ash-shiddiqi, *Kajian Teoritis: Analisis Data Kualitatif*. (Jurnal Edukatif, 2025), Vol. 3 No. 2, hlm 338.

adalah proses penerimaan rangsangan melalui indera, persepsi merupakan pemberian makna terhadap pesan yang diterima, memori adalah kemampuan menyimpan dan mengingat kembali informasi, sedangkan berpikir merupakan proses mengolah informasi untuk menarik kesimpulan atau mengambil keputusan.⁴⁴ Dalam penelitian pada akun TikTok, keempat unsur ini digunakan untuk menganalisis bagaimana *audiens* menerima, memahami, mengingat, dan merespons pesan yang disampaikan melalui konten video. Selain itu, penyajian data juga memperhatikan karakteristik media TikTok sebagai ruang digital, seperti durasi video, format visual, algoritma distribusi, serta interaksi *audiens* melalui komentar dan respons digital. Penyajian data membantu para peneliti untuk mengkaji strategi komunikasi persuasif yang digunakan dalam isi dakwah tersebut.

c. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori psikologi komunikasi Jalaluddin Rakhmat sebagai pisau analisis utama. Pada tahap ini, setiap konten yang telah diklasifikasikan dianalisis secara mendalam untuk melihat bagaimana unsur sensasi, persepsi, memori, dan berpikir ditampilkan dalam konten dakwah akun TikTok @Rezkiachyana.

Analisis tidak hanya berfokus pada teks verbal, tetapi juga mencakup aspek visual dan konteks digital. Peneliti menelaah bagaimana kredibilitas komunikator dibangun, bagaimana emosi *audiens* disentuh melalui gaya bahasa dan ekspresi, serta bagaimana argumentasi disusun secara rasional. Selain itu, dianalisis pula bagaimana lingkungan digital TikTok memengaruhi gaya komunikasi, struktur pesan, dan strategi persuasi yang digunakan.

Dengan demikian, analisis dilakukan secara

⁴⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Edisi Revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 13-14

interpretatif untuk memahami konstruksi makna dakwah dalam ruang media sosial, bukan sekadar mengidentifikasi unsur-unsur retorika secara teknis.

d. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan diperoleh dengan mensintesis hasil analisis unsur sensasi, persepsi, memori, dan berpikir untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Peneliti mengidentifikasi pola dominan penggunaan unsur sensasi, persepsi, memori, dan berpikir dalam konten dakwah akun @Rezkiachyana serta menjelaskan bagaimana unsur-unsur tersebut membentuk efektivitas komunikasi dakwah di media TikTok

Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dan terus-menerus selama proses analisis dengan cara memverifikasi kembali temuan terhadap data yang tersedia. Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan bersifat logis, konsisten, serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

7. Sistematika Penulisan

Secara sistematika didalam penyusunan skripsi ini akan membagi dalam lima bab disusun dengan fokus yang bervariasi, namun tetap saling berhubungan dan mendukung satu sama lain. Berikut adalah ringkasan dari struktur penulisan skripsi ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka berpikir, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KERANGKA TEORI

Bab ini membahas landasan teori yang digunakan dalam penelitian, yaitu strategi komunikasi, psikologi komunikasi, dan retorika persuasif sebagai dasar analisis dakwah di media digital.

BAB III: GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

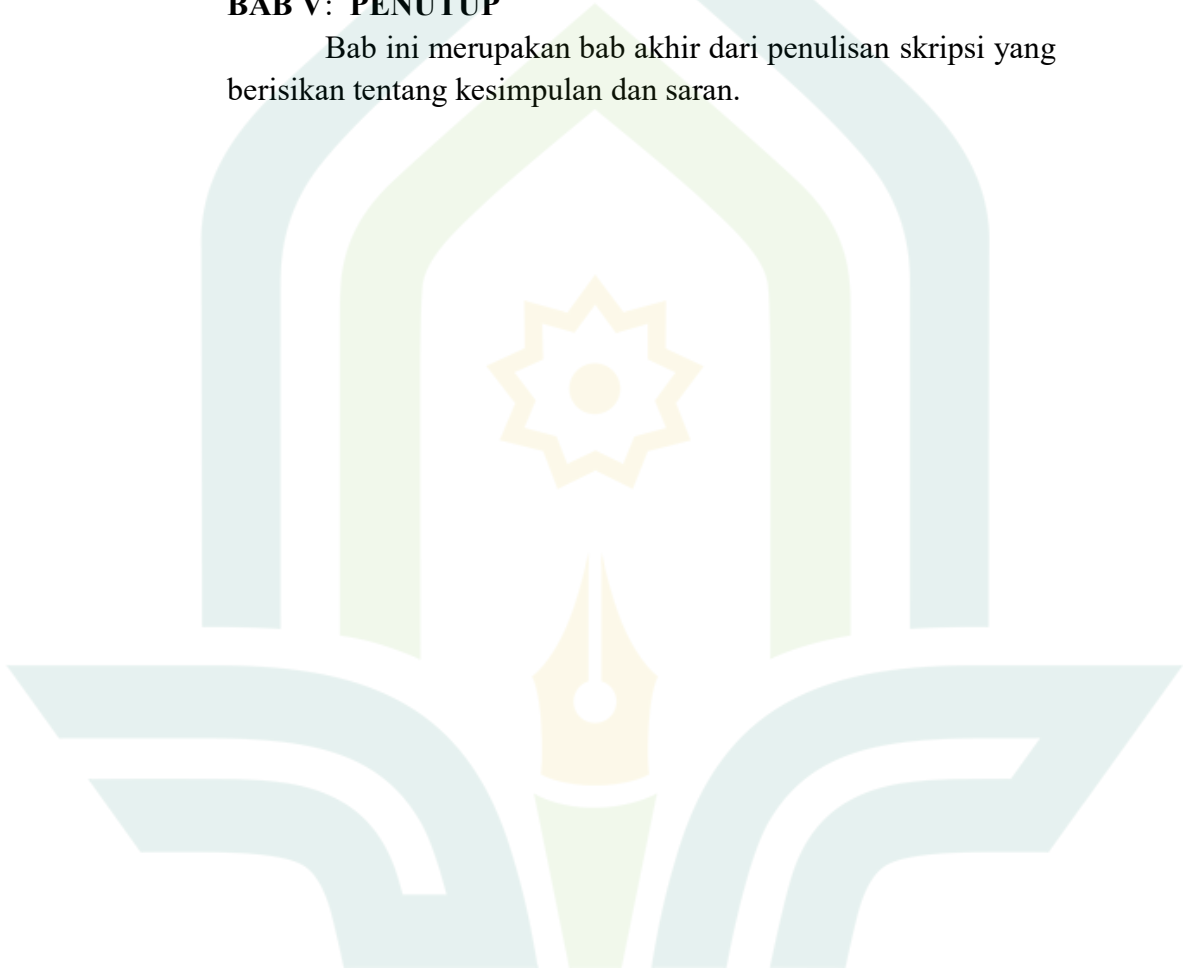
Bab ini menguraikan gambaran umum akun TikTok @Rezkiachyana serta hasil temuan penelitian berdasarkan observasi dan dokumentasi konten.

BAB IV: ANALISI HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi analisis terhadap temuan penelitian menggunakan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya untuk menjawab rumusan masalah.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir dari penulisan skripsi yang berisikan tentang kesimpulan dan saran.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi dakwah akun TikTok @Rezkiachyana dengan pendekatan psikologi komunikasi untuk anak autis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh akun TikTok @Rezkiachyana dilakukan melalui pendekatan persuasif dan kontekstual dengan memadukan nilai-nilai Islam ke dalam praktik pendampingan anak autis. Penyampaian pesan tidak hanya berorientasi pada pemberian informasi, tetapi juga mengajak audiens memahami pentingnya kesabaran, kasih sayang, kepedulian, dan pendidikan Islami bagi anak berkebutuhan khusus. Strategi tersebut diperkuat melalui penggunaan bahasa yang sederhana, penyajian visual yang komunikatif, serta contoh praktik nyata yang mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu, komunikasi dakwah pada akun ini memanfaatkan unsur retorika persuasif Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* tampak dari kredibilitas Rezki Achyana sebagai praktisi terapi perilaku anak autis, *pathos* terlihat dari kemampuan membangun empati dan kedekatan emosional audiens, sedangkan *logos* diwujudkan melalui penyampaian informasi yang rasional, edukatif, dan disertai solusi praktis. Perpaduan ketiga unsur tersebut menjadikan penyampaian dakwah lebih efektif, relevan, dan mudah diterima oleh audiens.
2. Penerapan pendekatan psikologi komunikasi pada akun TikTok @Rezkiachyana menunjukkan adanya mekanisme stimulus-respons (S-R) yang mampu memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan konatif audiens. Stimulus disampaikan melalui pesan verbal, visual, dan demonstrasi langsung dalam berbagai konten, seperti *Cara Mengajarkan Anak*

Belajar, Membawa Teman Tunanetra saat Salat Jumat, dan Anjuran Membaca Doa Sebelum Belajar. Stimulus tersebut menghasilkan respons kognitif berupa bertambahnya pengetahuan mengenai pola pengasuhan dan pembelajaran anak autis, respons afektif berupa munculnya empati, kepedulian, dan sikap positif terhadap anak berkebutuhan khusus, serta respons konatif berupa dorongan untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, seperti membiasakan doa sebelum belajar, mendampingi anak dengan penuh kesabaran, serta memberikan kesempatan kepada anak untuk berpartisipasi dalam aktivitas ibadah dan kehidupan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa dakwah digital melalui TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga mampu membentuk pemahaman, sikap, dan kecenderungan perilaku audiens melalui pendekatan psikologi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat digital.

B. Saran

1. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada akun TikTok @Rezkiachyana untuk terus mengembangkan konten dakwah yang edukatif, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat, khususnya orang tua yang memiliki anak autis. Penyampaian pesan dakwah diharapkan tetap mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan pendekatan yang persuasif dan kontekstual agar lebih mudah dipahami serta mampu membangun empati audiens. Selain itu, orang tua dan masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan media sosial secara bijak sebagai sumber informasi mengenai pengasuhan anak berkebutuhan khusus serta menerapkan nilai-nilai Islam seperti kesabaran, kasih sayang, dan penerimaan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji komunikasi dakwah

digital, khususnya mengenai pengaruh pesan dakwah terhadap pemahaman dan respons audiens di media sosial. Penelitian berikutnya dapat dikembangkan dengan objek kajian yang lebih beragam, jumlah informan yang lebih luas, serta menggunakan pendekatan atau teori psikologi komunikasi lainnya agar menghasilkan kajian yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai strategi komunikasi dakwah di era digital..

