

RESPON MAHASISWA FUAD UIN MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR DALAM MENANGGAPI KONTEN DAKWAH ISLAM DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

Nur Evi Yulianti, Vannyora Okditazeini

Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar
ynur48771@gmail.com

DOI: 10.31958/kinema.v3i2.14031

ARTICLE INFO

Article history

Received: 10-10-2024
Revised: 21-10-2024
Accepted: 12-11-2024

Keywords:

dakwah content, social media, student response

ABSTRACT

This research aims to understand how students from FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar respond to Islamic dakwah content on TikTok. The theory used in this research is the S-O-R (Stimulus-Organism-Response) theory. This research uses a quantitative research methodology with a descriptive approach by using the Product Moment correlation significance test, comparing rCalculated with rTable. The data collection technique used is by distributing questionnaires to students of the Faculty of Ushuluddin, Adab, and Dakwah from the 2020, 2021, 2022, and 2023 cohorts with a total sample of 90 respondents. The research found that there is a fairly strong relationship between the dakwah content variable and the student response, where the results from the Product Moment correlation test obtained a coefficient value of 0.463, indicating a fairly strong positive relationship between the two variable values. This can also be seen from the dakwah content variable aspects of practicing faith, implementing amar makruf nahi mungkar, building an Islamic community, spreading the creed, and achieving welfare with a grand mean value of 3.46, which makes student response necessary for dakwah content on TikTok. For the student response variable aspects of attitude, opinion, behavior, cognition, affection, and conation with a grand mean value of 3.34, this makes the student response also influential in the dakwah content on TikTok. The coefficient of determination (R Square) value is 21.4%, indicating that the response of FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar students to Islamic dakwah content on TikTok is 21.4. However, the unique findings in this study indicate that it turns out that FUAD students who consume Islamic preaching content on Tiktok social media are only a few or do not really respond to the preaching content.

PENDAHULUAN

Seiring dengan adanya kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semua bisa dilakukan secara instan dan praktis, serba bisa dan otomatis, sehingga membuat perkembangan zaman menjadi berkembang seperti saat sekarang ini. Seiring dengan



perkembangan pola hidup manusia, ilmu dan teknologi terus berjalan. Pola kehidupan pun bergeser pada pola yang semakin meningkat. Semakin pesat dan berkembangnya ilmu pengetahuan, dan teknologi pada zaman sekarang ini tidak dapat dihindari lagi bahwa hal tersebut tidak baik secara langsung maupun tidak langsung mempunyai dampak yang begitu besar pada masyarakat, khususnya dikalangan pelajar yaitu mahasiswa. Banyaknya perangkat teknologi komunikasi yang muncul saat ini banyak menyediakan fitur layanan yang tidak hanya sebatas alat komunikasi verbal saja, namun pengguna (user) sudah dapat berinteraksi secara langsung seperti face to face hingga pengguna mampu mengenal wujud pribadi seseorang baik dari jauh maupun dekat melalui akses media sosial.

Media sosial merupakan suatu platform yang erat kaitannya dengan internet. Kemudahan mengakses media sosial seperti ini sangat memudahkan mahasiswa tanpa mempertimbangkan baik dan buruk yang akan mereka peroleh. Kehidupan remaja yang bergantung pada materi dapat berdampak buruk seperti miskinya rohani yang pada akhirnya akan membawa remaja pada kehidupan yang menyimpang akibat dari derasnya globalisasi. Namun tentu saja teknologi yang disajikan mempunyai dampak negatif dan positif. Khususnya remaja, tidak sedikit yang menggunakan kecanggihan teknologi sebagai ajang untuk mencari perhatian banyak orang. Seiring berjalananya waktu, beberapa platform aplikasi menyediakan dukungan pembuatan video yang dilengkapi dengan fitur-fitur menarik salah satunya adalah aplikasi Tiktok (Kuswati, 2021).

Aplikasi yang diluncurkan oleh Zhang Yiming pada September tahun 2016, terbilang sangat sukses, karena berdasarkan hasil riset dari Sensor Tower melaporkan bahwa aplikasi teratas yang paling banyak diunduh sepanjang tahun 2020 dalam Google Play Store dan App Store adalah Tiktok. Aplikasi jejaring sosial untuk membuat dan berbagi sebuah video yang memiliki durasi sekitar 15 detik merupakan definisi dari aplikasi Tiktok. Aplikasi ini berguna untuk mengaplikasikan berbagai macam filter, *background music* (musik latar) dan *template lipsync* untuk berkomunikasi dengan komunitas penonton *online* (Astuti, 2021).

Aplikasi Tiktok ini juga membuat penggunanya lebih mudah dikenal dan terkenal. Aplikasi Tiktok memiliki fitur-fitur yang bisa digunakan untuk mendukung kekreatifan konten yang dibuat. Fitur-fitur tersebut berupa penambahan musik, filter pada video, filter stiker dan efek video, filter *voice changers*, filter *beauty*, filter *auto captions*, fitur hapus komen dan blokir pengguna secara massal serta fitur *live*. Aplikasi Tiktok memberikan peluang bagi para mahasiswa untuk memperoleh serta berbagi banyak ilmu pengetahuan dan menunjukkan kemampuan atau keterampilan yang dimilikinya (Amelia, 2022).

Tiktok merupakan salah satu media sosial yang memberikan tempat kepada penggunanya untuk bisa berekspresi serta berkreatifitas melalui konten video (Hilal Ramadhan Ilham, 2021). Aplikasi Tiktok ini menampilkan fitur-fitur kekinian yang mana dapat menarik para pengguna Tiktok untuk menggunakannya. Media sosial dapat digunakan selain untuk berkelana di dunia maya, juga dapat digunakan untuk melihat konten dakwah Islam. Saat ini aplikasi Tiktok menjadi salah satu platform media sosial yang banyak digunakan untuk kegiatan berdakwah.

Dakwah adalah suatu proses menyeru, membimbing serta mengajak umat manusia agar dapat melakukan perbuatan yang baik dan dapat mengikuti segala petunjuk yang diberikan kepada Allah SWT dan Rasul-Nya. Usaha untuk menyeru, membimbing dan mengajak umat manusia tersebut dilakukan oleh perorangan atau kelompok baik secara disengaja maupun tidak disengaja yang bertujuan agar umat mengetahui, mengimani dan mengamalkan ajaran Islam pada segala ranah kehidupan. Selain itu, untuk mencapai kehidupan yang lebih sejahtera di dunia dan akhirat, dakwah dapat dilakukan serta diupayakan dengan cara yang bijaksana (Amrina, 2023).

Tujuan dakwah itu sendiri untuk membentuk umat manusia agar lebih baik khususnya bagi para remaja agar memiliki kualitas akidah, ibadah serta akhlak yang tinggi. Selain itu, yang diharapkan oleh dakwah adalah terjadinya perubahan dalam diri manusia, baik kelakuan adil maupun aktual, baik pribadi maupun keluarga masyarakat, way of thinking atau cara

berpikirnya berubah, way of life atau cara hidupnya berubah menjadi lebih baik ditinjau dari segi kualitas maupun kuantitas (Illahi, 2022).

NO	Jurusan	Mata Kuliah
1.	Komunikasi dan Penyiaran Islam	<ul style="list-style-type: none"> • Ilmu Dakwah • Konten Kreatif Dakwah • Retorika Dakwah • Tafsir Ayat Dakwah • Psikologi Dakwah • Sejarah Dakwah
2.	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir	Ilmu Dakwah
3.	Pengembangan Masyarakat Islam	Praktek Dakwah/ Ilmu Dakwah
4.	Psikologi Islam	Ilmu Dakwah
5.	Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam	Ilmu Dakwah
6.	Pemikiran Politik Islam	Ilmu Dakwah
7.	Jurnalistik Islam	Ilmu Dakwah

Salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh para *Da'i* untuk menarik generasi muda adalah konten dakwah. Generasi muda tertarik pada *Da'i* karena mereka mengamati generasi Islam yang lebih muda karena konten dakwah yang tidak dipersiapkan dengan baik, banyak orang mengabaikan ajaran dan anjuran Islam dan bahkan menunjukkan sedikit ketertarikan untuk menonton kegiatan dakwah. Kegiatan dakwah yang disebabkan oleh konten dakwah yang dikemas tidak tepat. Akibatnya, generasi muda menjadi kurang tertarik untuk menonton konten dakwah. Oleh karena itu posisi seorang *Da'i* sangat dibutuhkan dalam rangka mengajarkan dan mendidik masyarakat mengenai prinsip-prinsip Islam dengan cara yang baik, menarik, dan benar agar mereka dapat menyukai konten dakwah serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari (Nabila, dkk, 2023).

KAJIAN PUSTAKA

Respon

Istilah respon berasal dari kata response yang dapat berarti jawaban, balasan atau reaksi. Djalaludin Rakhmat mendefinisikan respon sebagai aktivitas organisme yang lebih dari sekedar gerakan positif, segala jenis aktivitas yang ditimbulkan oleh suatu rangsangan dapat disebut sebagai respon. Respon atau tanggapan secara umum dapat dipahami sebagai kesan atau hasil yang diperoleh dari pengamatan tentang orang, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh melalui penafsiran dan penyimpulan pesan (Kurniawan, 2022).

Respon dibagi menjadi 3 yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Klasifikasi respon adalah sebagai berikut:

- 1) Respon Kognitif adalah suatu reaksi yang terjadi setelah seseorang memahami rangsangan terkait informasi atau pengetahuan tertentu. Informasi yang berkaitan dengan wawasan yang diperoleh dan didapatkan termasuk dalam domain kognitif. Pemahaman, kapasitas untuk merekam pemahaman, makna dan signifikansi pengetahuan yang diperoleh. Aplikasi, kemampuan untuk menerapkan apa yang telah dipelajari sebelumnya. Analisis, kemampuan untuk menganalisis suatu fenomena. Sintesis, kemampuan untuk menghubungkan satu sama lain dengan hal-hal yang masih berkaitan. Evaluasi, kemampuan untuk membentuk pendapat tentang sesuatu.
- 2) Respon Afektif adalah reaksi yang ditimbulkan oleh perubahan perasaan yang berkaitan dengan sikap, nilai dan emosi. Penerimaan dan kemampuan untuk memusatkan perhatian pada suatu rangsangan termasuk dalam domain efektif. Keterlibatan, meliputi keterlibatan yang mengambil bagian dalam suatu kegiatan. Evaluasi atau penentuan

sikap, yaitu kemampuan untuk mengevaluasi sesuatu dan memastikan sikap evaluasi tersebut dari dalam diri. Organisasi, kapasitas untuk menyelaraskan perbedaan, menangani kesulitan yang timbul dan mengintegrasikan sikap serta cita-cita. Pengembangan pola hidup dan kapasitas untuk merasakan dan mengjargai prinsip-prinsip hidup secara lebih penuh agar dapat berfungsi sebagai panduan untuk mengatur kehidupan sendiri.

- 3) Respon Konatif adalah respon yang dihasilkan dari suatu tindakan atau kebiasaan yang berhubungan dengan perilaku aktual yang terlihat. Ketika audiens menunjukkan tindakan atau rutinitas yang sebanding, reaksi ini terjadi (Faradini, 2022).

Proses respon dimulai dengan pengamatan dari sebagian kesadaran diri seseorang yang mencakup sensasi sensorik dalam menyaksikan suatu objek. Respon berbasis kesadaran akan didukung dengan cara yang positif, yang mana sebelum respon dalam proses tersebut, sikap seseorang menentukan bagaimana mereka akan bersikap ketika dihadapkan pada rangsangan (Ciftaningrum, 2022).

Teori SOR ditemukan oleh Hovland (1953), dimulai pada tahun 1930 an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi lalu berubah menjadi ilmu komunikasi. Singkatan dari Stimulus Organism Response adalah teori SOR. Premis dasar teori ini adalah bahwa komunikasi secara langsung terpengaruh oleh media sosial. Tiga komponen dari teori SOR adalah sebagai berikut, Stimulus (S) adalah pesan yang disampaikan, Organism (O) adalah orang yang menerima pesan atau sebagai penerima, dan Response (R) adalah efek yang dihasilkan dari penerima yang memperhatikan, memahami dan menerima pesan (Ohorella, 2022).

Konten Dakwah

Konten terdiri dari item, jenis atau unit informasi digital. Teks, gambar, grafik, audio, video, dokumen, laporan dan lainnya dapat dianggap sebagai konten. Dengan kata lain, konten mengacu pada materi apa pun yang dapat dikelola secara elektronik. Menurut Cambridge Dictionary, salah satu pengertian konten adalah “artikel atau bagian yang terdapat dalam majalah atau buku” (*the articles or parts contained in a magazine or book*). Proses perencanaan tindakan atau usaha yang dilakukan secara sadar dan terencana dengan tujuan untuk meningkatkan taraf dan nilai eksistensi manusia sesuai dengan ajaran Allah SWT dan Rasulullah SAW dikenal dengan sebutan dakwah.

Kata dakwah yang berarti mengajak kepada kebaikan antara lain dapat dilihat dalam Q.S. An-Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمُؤْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِي

Artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Komponen-komponen yang bersifat konstan dalam seluruh aktivitas dakwah dikenal dengan sebutan unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur tersebut antara lain Da'i (pelaku dakwah), Mad'u (objek dakwah), materi dakwah, wasilah (media dakwah), tahriqah (metode dakwah) dan atsar (efek dakwah).

Media Sosial Tiktok

Aplikasi adalah jenis perangkat lunak untuk komputer yang memanfaatkan kemampuan komputer secara langsung untuk melakukan tindakan yang diminta pengguna.

Hal ini biasanya dikontraskan dengan perangkat lunak sistem, yang menggabungkan beberapa fungsi komputer tanpa menggunakan secara langsung untuk menyelesaikan tugas yang membantu pengguna. Aplikasi menggunakan kemampuan ini secara langsung untuk menyelesaikan suatu tindakan yang akan membantu pengguna. Aplikasi juga dapat dianggap sebagai alat untuk membantu mempercepat proses kerja daripada menjadi beban bagi pengguna (Malimbe, 2021).

Aplikasi Tiktok adalah aplikasi video popular yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat umum. Pencipta aplikasi ini adalah Zhang Yiming, seorang berkebangsaan Cina. Tiktok yang kita kenal saat ini pada awalnya tidak muncul sebagai Tiktok. Aplikasi Tiktok ini memberikan efek-efek khusus untuk video-video pendek agar terlihat menarik dan dapat ditonton oleh siapa saja selama memiliki jaringan internet. Semakin unik video yang dibagikan, maka akan semakin banyak orang yang melihat video tersebut. Hal ini cenderung menyebabkan pengguna Tiktok berani melakukan apa saja untuk mendapatkan popularitas (Malimbe, 2021).

Aplikasi Tiktok dapat menjadi sumber informasi, misalnya dengan menampilkan video tentang pengetahuan global, dan juga dapat memberikan hiburan penghilang stres bagi pengguna. FYP (For You Page) adalah istilah yang sering digunakan Tiktokers dalam program Tiktok. Ketika pertama kali membuka aplikasi Tiktok, video dengan judul "FYP" akan diputar. FYP adalah singkatan dari halaman utama Tiktok. Selain itu, bisnis dapat menggunakan perangkat lunak Tiktok ini untuk mempromosikan diri mereka sendiri dengan membuat video imajinatif untuk menarik penonton. Aplikasi Tiktok dapat digunakan sebagai alat informasi, seperti menonton film tentang pengetahuan global untuk mempelajari hal-hal baru, atau dapat menghibur pengguna saat mereka merasa stres (Malimbe, 2021).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, populasi penelitiannya adalah mahasiswa fakultas ushuluddin adab dan dakwah UIN Mahmud Yunus Batusangkar sebanyak 949 orang, dengan pengambilan populasi bagi responden yang akan mengisi kuesioner atau angket yang akan disebarluaskan.

Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi. Sampel merupakan bagian kecil yang terdapat dalam populasi yang dianggap mewakili populasi mengenai penelitian yang dilakukan (Amin, 2023).

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah metode pengambilan sampel (teknik *sampling*) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang akan dipilih untuk dimasukkan ke dalam sampel. Jenis sampel yang digunakan yaitu *simple random sampling* karena pengambilan sampel individu dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan berbagai kelas sosial yang ada di dalam populasi tersebut. Tindakan ini dilakukan jika orang-orang dalam populasi dianggap homogen (Garaika & Darmanah, 2019). Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menghitung ukuran sampel pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi (Diambil dari mahasiswa Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah angkatan 2020 sampai 2023 yang berjumlah 949 mahasiswa)

e = Tingkat Eror (10%) (Machali, 2021)

Berdasarkan rumus tersebut maka:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{949}{1 + 9,49 (0,1)^2} = \frac{949}{10,49} = 90,46 = 90$$

Jumlah sampel minimal (n) dalam penelitian ini adalah 90 responden.

Uji Validitas

Uji validitas diterapkan untuk menilai keabsahan suatu kuesioner. Kuesioner dianggap sah jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan dievaluasi dengan kuesioner. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Metode pengujian yang digunakan peneliti untuk mengevaluasi validitas adalah dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Pengujian ini dilakukan dengan cara menghubungkan setiap item yang berisi skor akhir, jumlah skor individu adalah skor keseluruhan dari setiap item (Sanaky, dkk 2021).

Uji validitas dilakukan kepada responden sebanyak 30 orang yang berstatus mahasiswa angkatan 20, 21, 22 dan 23 dengan pengujian menggunakan bantuan program SPSS versi 22, berdasarkan pengambilan keputusan pada nilai r -hitung $>$ r -tabel sebesar 0,361.

Uji Reliabilitas

Pada dasarnya uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pernyataan-pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* dengan tingkat signifikan yang digunakan. Jika nilai *Alpha* $>$ 0,7 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*). Adapun cara memaknakkannya sebagai berikut:

- Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ tingkat signifikan, maka instrument dikatakan reliabel
- Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<$ tingkat signifikan, maka instrument dikatakan tidak reliabel

Peneliti menggunakan program SPSS versi 22 untuk memudahkan perhitungan dalam uji reliabilitas. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap pernyataan instrument penelitian yang valid pada uji validitas sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Product Moment Correlations

	KONTEN DAKWAH	RESPON MAHASISWA
KONT Pearson Correlation	1	.463**
EN Sig. (2-tailed)		.000
DAK N	90	90
WAH		
RESP Pearson Correlation	.463**	1
ON Sig. (2-tailed)	.000	
MAHA N		
SISW A	90	90

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil perhitungan korelasi *product moment*, diperoleh nilai koefisien atau r hitung sebesar 0,463 berada pada interval 0,40-0,599 yang menunjukkan hubungan cukup kuat dengan arah positif ketiga nilai r menunjukkan angka positif. Hal ini menunjukkan bahwa antara konten dakwah terhadap respon mahasiswa memiliki hubungan yang cukup kuat.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	34.970	5.427		6.443	.000
KONTEN DAKWAH	.449	.092	.463	4.895	.000

a. Dependent Variable: RESPON MAHASISWA

Hasil di atas menunjukkan bahwa persamaan tersebut konstanta sebesar 34,970 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel respon mahasiswa adalah sebesar 34,970. Koefisien regresi X sebesar 0,449 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai konten dakwah, maka nilai respon mahasiswa sebesar 0,449. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.463 ^a	.214	.205	4.298

a. Predictors: (Constant), KONTEN DAKWAH

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa besarnya nilai pengaruh R sebesar 0,463. Dari data tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,214 yang menunjukkan bahwa hubungan variabel bebas (konten dakwah) terhadap variabel terikat (respon mahasiswa) adalah sebesar 21,4%.

Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
KONTEN DAKWAH	.092	90	.059	.956	90	.004
RESPON MAHASISWA	.107	90	.013	.958	90	.005

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dikarenakan sampel lebih dari 50 yaitu 90 responden, maka dari itu hasil uji normalitas variabel X konten dakwah sebesar 0,092 dan variabel Y respon mahasiswa sebesar 0,107. Sehingga dapat diketahui bahwa nilai sig. pada variabel X > 0,05 begitu pun dengan nilai sig. pada variabel Y > 0,05.

- Nilai Sig. konten dakwah $0,092 > 0,05$ maka data berdistribusi normal, jadi variabel konten dakwah berdistribusi normal
- Nilai Sig. respon mahasiswa $0,107 > 0,05$ maka data berdistribusi normal, jadi variabel respon mahasiswa berdistribusi normal

Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Standar dized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	70	34.9	5.427		6.443	.000
KONTEN DAKWAH		.449	.092	.463	4.895	.000

a. Dependent Variable: RESPON MAHASISWA

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai tHitung konten dakwah = 4,895 dengan signifikan (p-value) sebesar 0,000. Dengan menggunakan N sebanyak 90, diperoleh $df = n-2$, maka $df = 90-2 = 88$, maka nilai tTabel diperoleh sebesar 1,291 dengan sig-a = 0,01 (10%), dapat diketahui $p\text{-value}$ $0,000 < 0,05$ dan tHitung X adalah $4,895 > 1,291$ (tTabel).

Hasil analisis ini dapat diketahui bahwa yaitu memenuhi persyaratan uji hipotesis dimana jika $p\text{-value} < 0,05$ dan $t\text{Hitung} > t\text{Tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah pada mahasiswa angkatan 20 sampai 23 yang menggunakan aplikasi Tiktok untuk menanggapi konten dakwah Islam, dengan demikian penelitian ini memuat topik untuk mengetahui respon mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar dalam menanggapi konten dakwah Islam di media sosial Tiktok. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 90 sampel penelitian yaitu mahasiswa KPI, IAT, PMI, PSI, IPII, PPI dan JI.

Responden yang ada pada jurusan KPI sebanyak 18 orang yang terdiri dari laki-laki sebanyak 7 orang dan perempuan sebanyak 11 orang, jurusan IAT sebanyak 12 orang yang terdiri dari laki-laki sebanyak 6 orang dan perempuan sebanyak 6 orang, jurusan PMI sebanyak 5 orang yang terdiri dari 5 orang perempuan, jurusan PSI sebanyak 29 orang yang terdiri dari laki-laki sebanyak 9 orang dan perempuan sebanyak 20 orang, jurusan IPII sebanyak 18 orang yang terdiri dari laki-laki sebanyak 6 orang dan perempuan sebanyak 12 orang, jurusan PPI sebanyak 4 orang yang terdiri dari 4 orang perempuan, dan jurusan JI sebanyak 4 orang yang terdiri dari laki-laki 2 orang dan perempuan 2 orang dibuktikan dengan penyebaran menggunakan angket, jadi total keseluruhan responden sebanyak 90 orang. Analisis jenis kelamin dari 90 responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 30 orang dan perempuan sebanyak 60 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten dakwah Islam di media sosial Tiktok dikategorikan sangat baik dengan nilai *grand mean* sebesar 3,46, sesuai dengan beberapa aspek masing-masing menghasilkan bahwa:

- Mengamalkan Keimanan, yaitu melibatkan perbuatan dan sikap yang mencerminkan keyakinan pada kehidupan sehari-hari. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konten dakwah Islam di media sosial Tiktok dikategorikan sangat baik dengan skor nilai 3,49.

Dikatakan sangat baik karena berada pada skor kategori antara 3,25-4,00. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian antara kondisi ideal dengan fenomena yang terjadi.

2. Pengamalan Amar Makruf Nahi Mungkar, yaitu tindakan memberi nasehat kepada sesama untuk melakukan yang baik dan menegur ketika mereka melakukan yang buruk, dengan tujuan menjaga kebaikan dan menghindari hal-hal yang merugikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konten dakwah Islam di media sosial Tiktok dikategorikan sangat baik dengan skor nilai 3,44. Dikatakan sangat baik karena berada pada skor kategori antara 3,25-4,00. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian antara kondisi ideal dengan fenomena yang terjadi, namun pengamalan amar makruf nahi mungkar pada mahasiswa dalam menanggapi konten dakwah perlu ditingkatkan lagi.
3. Membangun Masyarakat Islami, yaitu proses menciptakan lingkungan sosial yang mengedepankan nilai-nilai Islam dalam berbagai aspek kehidupan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konten dakwah Islam di media sosial Tiktok dikategorikan sangat baik dengan skor nilai 3,44. Dikatakan sangat baik karena berada pada skor kategori antara 3,25-4,00. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian antara kondisi ideal dengan fenomena yang terjadi, namun pengamalan amar makruf nahi mungkar pada mahasiswa dalam merespon konten dakwah perlu ditingkatkan lagi.
4. Menyebarluaskan Akidah, yaitu menyebarkan keyakinan dan kepercayaan terhadap ajaran dan prinsip-prinsip dalam agama Islam kepada orang lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konten dakwah Islam di media sosial Tiktok dikategorikan sangat baik dengan skor nilai 3,46. Dikatakan sangat baik karena berada pada skor kategori antara 3,25-4,00. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian antara kondisi ideal dengan fenomena yang terjadi.
5. Mewujudkan Kesejahteraan, yaitu menciptakan kondisi dimana individu secara keseluruhan dapat hidup dengan layak dan bahagia. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konten dakwah Islam di media sosial Tiktok dikategorikan sangat baik dengan skor nilai 3,47. Dikatakan sangat baik karena berada pada skor kategori antara 3,25-4,00. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian antara kondisi ideal dengan fenomena yang terjadi.

Selanjutnya untuk respon mahasiswa FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar dikategorikan sangat baik dengan nilai *grand mean* sebesar 3,34. Sesuai dengan beberapa aspek masing-masing menghasilkan bahwa:

1. Sikap, yaitu mencakup aspek mental, emosional dan perilaku seseorang dalam menanggapi atau merespon sesuatu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon mahasiswa FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar dikategorikan baik dengan skor nilai 3,16. Dikatakan baik karena berada pada skor kategori antara 2,31-3,25. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian antara kondisi ideal dengan fenomena yang terjadi, namun sikap mahasiswa dalam merespon konten dakwah Islam di media sosial Tiktok perlu ditingkatkan lagi.
2. Opini, yaitu pandangan atau pendapat pribadi seseorang tentang suatu masalah, topik atau peristiwa tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon mahasiswa FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar dikategorikan sangat baik dengan skor nilai 3,35. Dikatakan sangat baik karena berada pada skor kategori antara 3,25-4,00. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian antara kondisi ideal dengan fenomena yang terjadi.
3. Perilaku, yaitu tindakan, respon atau keputusan yang dilakukan seseorang baik yang terlihat secara fisik maupun bersifat mental atau emosional. Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon mahasiswa FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar dikategorikan sangat baik dengan skor nilai 3,44. Dikatakan sangat baik karena berada pada skor kategori

antara 3,25-4,00. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian antara kondisi ideal dengan fenomena yang terjadi.

4. Kognisi, yaitu melibatkan pengetahuan, pemahaman dan pengolahan informasi yang memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan lingkungan dan beradaptasi dengan perubahan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon mahasiswa FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar dikategorikan sangat baik dengan skor nilai 3,36. Dikatakan sangat baik karena berada pada skor kategori antara 3,25-4,00. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian antara kondisi ideal dengan fenomena yang terjadi.
5. Afeksi, yaitu istilah yang merujuk pada perasaan atau emosi seseorang yang mencakup kebahagiaan dan kesedihan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon mahasiswa FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar dikategorikan sangat baik dengan skor nilai 3,39. Dikatakan sangat baik karena berada pada skor kategori antara 3,25-4,00. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian antara kondisi ideal dengan fenomena yang terjadi.
6. Konasi, yaitu tindakan atau perilaku yang berkaitan dengan kehendak yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon mahasiswa FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar dikategorikan sangat baik dengan skor nilai 3,39. Dikatakan sangat baik karena berada pada skor kategori antara 3,25-4,00. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian antara kondisi ideal dengan fenomena yang terjadi.

Hasil perhitungan korelasi *product moment* diperoleh nilai koefisien korelasi atau r_{Hitung} sebesar 0,463 berada pada interval 0,40-0,599 yang menunjukkan hubungan cukup kuat dengan arah positif ketiga nilai r menunjukkan angka positif. Maka kesimpulannya bahwa antara variabel konten dakwah terhadap respon mahasiswa memiliki hubungan yang cukup kuat dengan nilai korelasi 0,463.

Pada hasil uji normalitas yang menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dikarenakan sampel lebih dari 50 yaitu 90 responden maka dari itu hasil uji normalitas variabel X konten dakwah sebesar $0,092 > 0,05$ maka data berdistribusikan normal, jadi variabel konten dakwah berdistribusi normal dan variabel Y respon mahasiswa sebesar $0,107 > 0,05$ maka data berdistribusi normal, jadi variabel respon mahasiswa berdistribusi normal. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel X konten dakwah dan variabel Y respon mahasiswa memiliki hasil uji normalitas yang berdistribusi normal.

Perhitungan t_{Hitung} konten dakwah = 4,895 dengan signifikan ($p\text{-value}$) sebesar 0,000. Dengan menggunakan N sebanyak 90, diperoleh $df = n-2$, maka $df = 90-2 = 88$, maka nilai t_{Tabel} diperoleh sebesar 1,291 dengan $\text{sig-}a = 0,01$ (10%), dapat diketahui $p\text{-value}$ $0,000 < 0,05$ dan t_{Hitung} X adalah $4,895 > 1,291$ (t_{Tabel}). Hasil analisis ini dapat diketahui bahwa yaitu memenuhi persyaratan uji hipotesis dimana jika $p\text{-value} < 0,05$ dan $t_{\text{Hitung}} > t_{\text{Tabel}}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konten dakwah terhadap respon mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Hasil dari perhitungan regresi linear sederhana, persamaan regresi ditulis $Y = 34,970 + 0,449X$. Hasil ini menunjukkan bahwa persamaan tersebut nilai konstanta sebesar 34,970, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel respon mahasiswa adalah sebesar 34,970. Koefisien regresi X sebesar 0,449 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai respon mahasiswa bertambah sebesar 0,449. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Kemudian dilihat dari hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,214 yang menunjukkan bahwa hubungan variabel konten dakwah terhadap respon mahasiswa adalah sebesar 21,4 sedangkan 78,6 dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon mahasiswa FUAD UIN Mahmud Yunus Batusangkar dalam menanggapi konten dakwah Islam di media sosial Tiktok, mengumpulkan data dengan cara menyebarkan angket kepada responden, didapatkan temuan unik pada penelitian ini yaitu hubungan variabel konten dakwah terhadap respon mahasiswa adalah sebesar 21,4. Hal ini menunjukkan bahwa ternyata anak FUAD yang mengkonsumsi konten dakwah Islam di media sosial Tiktok hanya sedikit atau tidak begitu merespon dengan konten dakwah tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya.

Hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang peneliti lakukan tentang respon mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar dalam menanggapi konten dakwah Islam di media Sosial Tiktok, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara konten dakwah terhadap respon mahasiswa.

KESIMPULAN

Dilihat dari seberapa besar respon mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar dalam menanggapi konten dakwah yang ada di media sosial Tiktok, dilihat dari hasil pengujian analisis regresi linear sederhana yang mendapat *output* dari SPSS versi 22 diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,214 atau 21,4% hal ini menunjukkan bahwa Respon Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Mahmud Yunus Batusangkar dalam Menanggapi Konten Dakwah di Media Sosial Tiktok sebesar 21,4% yang artinya cukup berpengaruh terhadap konten dakwah sedangkan sisanya 78,6% (100% - 21,4%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Ada saran yang dapat peneliti sampaikan yaitu bagi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar disarankan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian berikutnya, karena anak FUAD yang awalnya peneliti merasa bahwa banyak yang mengkonsumsi konten dakwah ternyata tidak begitu besar, untuk meningkatkan keingintahuannya tentang keimanan yang mereka miliki dalam merespon konten dakwah Islam yang ada di media sosial Tiktok. Bagi peneliti selanjutnya, dapat melanjutkan penelitian ini dengan cakupan yang lebih luas misalnya dengan menggunakan variabel-variabel lain, contohnya dengan pembahasan metodologi penelitian kualitatif dimana ini bertujuan untuk memperkuat pendapat bahwa apakah ada hubungan yang disebabkan oleh variabel lain atau dengan teori seperti komunikasi verbal atau pun komunikasi nonverbal lainnya, bisa juga dengan menggunakan *mixed method* (metodologi penelitian campuran) supaya di dapatkannya daya yang lebih kompleks mengenai mahasiswa yang terpapar pengaruh, kemudian mencari bagaimana proses terpaparnya tersebut.

REFERENSI

- Abidin, Mustika (2022). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Jurnal Komunikasi & Bahasa*. Vol.3 No.1
- Amelia Risma, dkk (2022). Perempuan Dan Tik Tok: Studi Tentang Eksistensi Diri Dan Tubuh Sebagai Konsumsi Publik Perempuan Milenial Mahasiswi FIS-H Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Sosialisasi*. Vol.9 No.3
- Amin, Nur Fadilah dkk (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*. Vol. 14 No.1
- Aminuddin, (2016). Media Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Kendari. Vol. 9 No. 2

- Amrina Tia Nur, dkk (2023). Respon Mahasiswa Iai Al-Aziz Dalam Menanggapi Konten Dakwah Islam di Media Sosial Tiktok. *Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*. Vol.1, No.1
- Anshori Salim Syahid, (2023). Penggunaan Tiktok sebagai Media Komunikasi Dakwah. Fakultas Dakwah dan Komunikasi
- Ardiansyah, dkk (2023). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Islam*. Vol. 1 No. 2
- Asnita (2023). Peranan Pengguna Media Sosial Facebook Sebagai Media Penyebar Konten Dakwah Islami Pada Mahasiswa Manajemen Dakwah. Fakultas Usshuluddin Adab dan Dakwah.
- Asri, Dahlia Novarianing & Suharni, (2021). Modifikasi Perilaku Teori dan Penerapannya. Madiun Jawa Timur: UNIPMA Press
- Astuti Esti, dkk (2021). Intensitas Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. Vol. 18 No. 2
- Cahyadi, (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan di PT. Arthanindo Cemerlang. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol. 1 No. 1
- Ciftaningrum Nilam Asfi, (2022). Respon Pengguna Tiktok Kota Tarakan Terhadap Konten Shopee Haul. Fakultas Dakwah dan Komunikasi
- Faradini Ifwana Fairuzil, (2022). Analisis Respon Warganet Pada Akun Youtube The Newsroom NET. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol. 13 No. 1
- Garaika & Darmanah, (2019). Metodologi Penelitian. Lampung Selatan: CV. HIRA TECH
- Hidayati Dwi Rahmah, (2023). Tipologi Konten Dakwah Media Sosial dan Praktik Perilaku Beragama Kaum Milenial. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
- Hilal Ramadhan Ilham, dkk (2021). Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*. Vol. 18 No. 1
- Hulukati, Wenny (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*. Vol. 2 No. 1
- Illahi, Rahmat (2022). Metode Dakwah Terhadap Kaum Milenial. Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
- Imran Irzad Aditya, (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alaluddin Kota Makassar. *Jurnal Profitability*. Vol. 2 No. 1
- Jayusman, Iyus dkk (2020). Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*. Vol. 7 No. 1
- Kurniawan, Deni (2022). Respon Orang Tua Terhadap Sistem Daring (Dalam Jaringan) di SD Muhammadiyah IV Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Sosial*. Vol. 1 No. 7

- Kushardiyanti, Dessy dkk (2021). Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol. 12 No. 1
- Kusumasari, R. Nuruliah, (2015). Lingkungan Sosial dalam Perkembangan Psikologis Anak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. II No. 1
- Kuswati, Ambar (2021). Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Akhlakul Karimah Remaja di Desa Bunton Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap. *Fakultas Tarbiyah*
- Lestari, Irma (2022). Respon Da'l Kamtibmas Kota Bandar Lampung Terhadap Konten Dakwah Ustad Sugi Nur dan Maher. *Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi*
- Machali, Imam (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mahmudah Siti Muslichatul, dkk (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*. Vol. 2 No. 1
- Malimbe, Armylia dkk (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (*Douyin*) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*. Vol. 1 No. 1
- Marinda, Leny, (2020). Teori Perkembangan Kognitif Jean Piaget dan Problematikanya Pada Anak Usia Sekolah Dasar. *Jurnal Kajian Perempuan dan Keislaman*. Vol. 13 No. 1
- Mokodompit Nurul Fajriani, (2022). Konsep Dakwah Islamiyah. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol. 1 No. 2
- Mujab, Saeful & Kamal, Mustofa (2021). Stimulus Guru dan Respon Siswa Dalam Pembelajaran Bahasa Arab Kelas VII SMP Daru Ulil Albab Tegal. *Jurnal Bashrah*. Vol. 1 No. 2
- Mulyadi, Yohanes Berkhmas, (2017). Pendidikan Nilai Kehidupan Melalui Kebiasaan dan Keteladanan Sebagai Strategi Pembentukan Kepribadian Siswa. *Jurnal PEKAN*. Vol. 2 No. 2
- Nabila, dkk, (2023). Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial (Generasi Muda). *Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*. Vol. 1 No. 1
- Nasution, Ahmadriswan. (2020). Pengujian Hipotesis. Bahan Ajar FSA Angkatan ke-21. Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pusat Statistik
- Ohorella Noviawan Rasyid, dkk (2022). Pengaruh Akun Instagram @Sumbar_Rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers ke Suatu Destinasi. *Jurnal KomunikA*. Vol. 18 No. 2
- Pratama Satria Artha & Permatasari Rita Intan, (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor PT. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progres*. Vol. 11 No. 1
- Priadana, Sidik & Sunarsi Denok (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Tanggerang: Pascal Books
- Sanaky, dkk (2021). Analisis Faktor-faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*. Vol. 11 No. 1

- Suhaidy, dkk, (2020). Opini Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Angkatan 2012 Terhadap Usulan Pemblokiran 15 Game Oleh Komisi Perlindungan Anak Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 8 No. 1
- Suhasri, dkk, (2023). Pentingnya Nilai Afeksi dalam Meningkatkan Sikap Religius Siswa. *Jurnal Of Education*. Vol. 3 No. 2
- Taluke, dkk (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial*. Vol. 6 No. 2