

EFEKTIVITAS KONTEN DAKWAH PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU MAHASISWA DI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA SULAWESI TENGGARA

¹⁾Nusti, ²⁾Asmurti, ³⁾Hasdi Syahid Kasim

^{1,2,&3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara
Email: ¹nustiwanus@gmail.com

Abstrak

Dalam penyusunan ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, menggunakan penentuan informan *snow ball* serta untuk megumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan tiga metode pengumpulan data, yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian untuk menganalisis data peneliti menggunakan dua cara yaitu mendeskripsikan data dan membuat kesimpulan, selanjutnya peneliti menggunakan teknik keabsahan data triangulasi yang dimana peneliti membandingkan wawancara satu dengan yang lainnya untuk memperoleh kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, mahasiswa menggunakan media sosial tiktok untuk menonton konten dakwah secara terus-menerus sehingga mahasiswa menjadikan konten dakwah tersebut sebagai jawaban atas masalah-masalah pribadi mereka, hal ini merujuk pada perubahan perilaku mahasiswa, namun perubahan tersebut tidak secara langsung melainkan melalui beberapa tahap, tahapan tersebut dimulai dari perubahan dalam bertutur kata, meningkatnya pengetahuan tentang ajaran islam dan perubahan dalam berperilaku sesuai dengan tontonan mereka pada konten dakwah di media sosial tiktok.

Kata Kunci: Konten; Dakwah; TikTok; Perilaku

Abstract

In this preparation, the researcher used a descriptive qualitative research method, using snow ball informant determination and to collect the required data, the researcher used three data collection methods, namely observation, interviews, and documentation. then to analyze the data the researcher used two methods, namely describing the data and making conclusions, then the researcher used the triangulation data validity technique where the researcher compared one interview with another to obtain conclusions. Research result show that, students use TikTok social media to watch preaching content as an answer to their personal problems, this refers to changes in student behavior, but these changes are not immediate but go through several stages, these stages start from changes in in words, increasing knowledge about Islamic teachings and changes in behavior according to their viewing of preaching content on TikTok social media.

Keyword: Preaching; Content; TikTok; Behavior

PENDAHULUAN

Kehidupan manusia telah berubah sebagai akibat dari kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah perilaku manusia. Di era digitalisasi seperti saat ini, perkembangan teknologi dan informasi menunjukkan kemajuan yang begitu pesat (Syahrudin, 2020). Pergeseran ini terjadi dalam sikap, perasaan, dan perilaku orang. Pergeseran ini juga mempengaruhi sejumlah aspek eksistensi manusia, termasuk norma-norma budaya, etika, dan komponen budaya. Media sosial merupakan salah satu bidang teknologi informasi yang berkembang dengan cepat. Media sosial adalah generasi baru alat kolaborasi dan komunikasi yang membuka berbagai interaksi yang sebelumnya tertutup bagi masyarakat umum (Liedfray et al., 2022).

Media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak (Ode et al., 2023). Media sosial adalah platform untuk media yang menekankan kehadiran pengguna dan mendorong kreativitas dan kerja sama (Menungsa, 2023). Akibatnya, media sosial dapat dipandang sebagai media online (fasilitator) yang meningkatkan hubungan pengguna dan ikatan sosial (Setiadi, 2016).

Media sosial juga memiliki aplikasi dan jenis yang berbeda-beda, dan banyak sekali aplikasi media sosial yang mudah diakses semua orang di seluruh dunia dapat berinteraksi satu sama lain. Contoh aplikasi media sosial antara lain *Instagram*, *WhatsApp*, *Facebook*, *G-Mail*, *SnapChat*, *Twitter*, *Youtube*, *Tiktok*, dan masih banyak lagi yang lainnya (Agis Dwi Prakoso, 2020). Di antara semua aplikasi tersebut TikTok saat ini menjadi media sosial yang paling banyak digunakan (Andriani et al., 2024).

Tiktok merupakan salah satu aplikasi yang menawarkan special effect unik dan menarik yang dapat dengan mudah digunakan oleh pengguna, aplikasi ini untuk membuat video pendek keren yang mampu menarik perhatian banyak penonton. Dengan menggunakan media sosial TikTok, seseorang dapat berinteraksi dengan objek jejaring sosial (teman, keluarga, sahabat, relasi bisnis, atau dapat belajar tentang lokasi rekreasi dan kuliner). Objek jejaring sosial ini penting bagi mereka yang menggunakannya (Shafa Tasya Kamilah et al., 2023).

Saat ini TikTok banyak digunakan oleh berbagai pihak untuk menyebarkan atau menerima informasi, termasuk informasi budaya, politik, fashion, dan agama (dalam hal ini Islam) dalam bentuk konten dakwah. Konten dakwah merupakan upaya untuk mengajak, mengikuti dan menyebarkan ajaran Islam ke seluruh lapisan masyarakat melalui media sosial (Mahdar et al., 2023). Dakwah juga merupakan proses pendidikan yang baik dan harus berkaitan dengan nilai-nilai Islam. Sesuai dengan karakteristiknya, media sosial TikTok juga dapat digunakan sebagai media penyebaran konten dakwah, karena informasi yang disampaikan dapat dengan mudah menyebar ke seluruh penjuru dunia (Palupi et al., 2021).

Tiktok memungkinkan seseorang untuk mempublikasikan video untuk jangka waktu singkat, konten dakwah yang disajikan di *platform* media sosial tiktok juga dapat dianggap bermanfaat (Rahimallah et al., 2022). untuk mengamankan bahwa pengguna menyampaikan informasi secara ringkas dan jelas. Inilah yang menarik seseorang untuk menonton konten dari dakwah. Dimungkinkan juga untuk belajar melalui dakwah bahwa agama lebih dari sekadar seperangkat keyakinan sebaliknya, itu adalah multisistem yang mengatur keberadaan manusia. Kemudian, dakwah yang dilakukan para da'i tidak diragukan lagi memiliki keutamaan mengungkapkan kebenaran dan membantu orang menyadari kebaikan sehingga kebaikan akan selalu menang dan kejahatan dapat dihindari. memanfaatkan berbagai media dakwah. Ini sangat memudahkan pelaksanaan kegiatan dakwah (Weny Maulida Nabila et al., 2023).

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara (Unusra) telah memanfaatkan media sosial Tiktok dalam melakukan pencarian berbagai konten, baik konten hiburan, edukasi, dakwah, dan lain-lain. Fokus peneliti adalah konten dakwah. Berdasarkan pengamatan awal peneliti menggunakan *google formulir*, dari

seluruh mahasiswa yang menggunakan tiktok hanya 39 orang yang mengisi *questioner* tersebut, dari 39 orang yang mengisi *questioner*, hanya 37 orang menjawab bahwa telah menonton konten dakwah. Peneliti melihat mahasiswa cenderung melewati (*skip*) konten dakwah ketika konten tersebut muncul di beranda tiktok mereka, namun fokus penelitian ini adalah mahasiswa yang menonton konten dakwah hingga selesai.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Efektivitas Konten Dakwah Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Mahasiswa Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021) yang diharapkan dapat memberikan penjelasan yang lebih menyeluruh dan dapat dipahami untuk suatu fenomena atau peristiwa; Semakin spesifik temuannya, semakin baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dampak perilaku konten dakwah di media sosial pada mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara.

Penelitian ini telah dilaksanakan di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara.pada bulan Februari 2024 hingga April 2024. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara.

Teknik penentuan Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik snowball. Menemukan, memilih, dan memilih informan dalam jaringan atau rantai hubungan abadi dicapai melalui penggunaan metode bola salju. Jaringan ditunjukkan oleh peneliti sebagai sosiogram lingkaran yang bergabung dengan garis atau terhubung. Setiap lingkaran menunjukkan satu informan atau kasus transisi (Sulistyaningsih, 2018).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah metode alternatif validasi data. Informasi dapat dibandingkan at au dikecualikan untuk tujuan audit. Konsultasi sumber tambahan adalah metode triangulasi yang paling sering digunakan. Wawancara, observasi langsung, dan observasi tidak langsung digunakan dalam proses triangulasi. Tujuan dari pengamatan tidak langsung ini adalah untuk melihat tindakan dan kejadian tertentu, dan kemudian, dengan menggunakan informasi yang dikumpulkan dari pengamatan tersebut, membangun hubungan antara keduanya. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder pelengkap (Wulandari, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Media Sosial Tiktok

Media sosial tiktok yang dimaksud dalam penelitian ini adalah media sosial yang digunakan oleh mahasiswa untuk menonton konten dakwah. Berdasarkan observasi, peneliti melihat bahwa mahasiswa Progra m Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara menggunakan berbagai media sosial, diantaranya Instagram, Facebook, Tikok, dan lain sebagainya. Namun dalam menonton konten dakwah mereka menggunakan media sosial tiktok. Tiktok adalah sebuah platform media sosial yang digunakan untuk membuat dan berbagi video pendek dengan berbagai konten seperti hiburan, pendidikan, dakwah, dan lainnya.

Menurut (Kustiawan, 2022) mengatakan bahwa tiktok adalah media sosial yang menggunakan metode audio visual, dimana kita dapat melihat gambar atau video yang bergerak sambil mendengarkan suara nyanyian, musik, ataupun penjelasan pemaparan dari video yang kita lihat. Selanjutnya tiktok merupakan aplikasi media sosial online yang menyediakan fitur untuk membuat konten dan membagikan konten berupa video berdurasi pendek (Sirli, Nurhadi, 2016).

Ketika mencari berbagai informasi konten dakwah, mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi terutama beralih ke media sosial Tiktok. Hal ini konsisten dengan teori ketergantungan media, yang menyatakan bahwa media membentuk masyarakat karena memenuhi kebutuhan dan keinginan rakyat. Bukan dikarenakan media menggunakan beberapa pengawasan pada setiap individu masyarakat. Asumsi teori tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh media terutama disebabkan oleh media memenuhi kebutuhan dan keinginan mahasiswa, bukan karena pengawasan langsung dari media terhadap mahasiswa. Ini berarti bahwa media lebih berperan sebagai pemenuh kebutuhan dan keinginan yang sudah ada pada mahasiswa daripada sebagai pengawas yang memaksakan pandangan tertentu.

Berdasarkan observasi dan hasil wawancara diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa tiktok adalah media sosial yang menyajikan beberapa video berdurasi pendek yang digunakan mahasiswa dalam pencarian berbagai informasi atau konten yang mereka butuhkan. Kemudahan dalam mencari informasi atau konten serta penyajian video yang singkat dan mudah dipahami membuat mahasiswa tertarik menggunakan tiktok. Oleh karena itu tiktok menjadi pilihan mahasiswa untuk menonton konten dakwah.

b. *Audiens* (Komunikan)

Berdasarkan observasi peneliti pada Februari 2024 melihat bahwa mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara telah memanfaatkan media sosial tiktok untuk menonton konten dakwah. Konten-konten yang mereka tonton merupakan video rekomendasi dari tiktok dan berdasarkan rekomendasi akun yang mereka ikuti. Dalam menonton konten dakwah umumnya mereka adalah individu yang memiliki minat dalam memperdalam pengetahuan agama, mencari inspirasi, atau bimbingan moral. Konten dakwah mencakup beragam topik, mulai dari tafsir al-qur'an, nasihat agama, hingga cerita inspirasi, yang disajikan dalam bentuk format media seperti video, tulisan atau podcast.

Penggunaan media sosial tiktok telah digunakan secara massif oleh mahasiswa, salah satu tujuannya yaitu untuk menonton konten dakwah. Berdasarkan dokumentasi pada gambar diatas menunjukkan mahasiswa sedang menonton konten dakwah yang muncul pada beranda tiktok mereka dan berdasarkan rekomendasi video dari media sosial tiktok.

Menurut Effendy (Saskara, 2021) menyatakan audiens adalah kelompok anggota masyarakat yang beragam. Untuk membangkitkan minat pada informasi atau materi di media sosial TikTok, audiens dapat didefinisikan sebagai penerima, pembaca, audiens, atau sekelompok orang yang terlibat dalam proses komunikasi massa yang persepsinya akan diubah. Audiens merupakan kumpulan dari anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju dan bersifat heterogen. Oleh karena itu, khalayak dapat dikatakan sebagai audiens, penerima, pembaca, atau sejumlah orang yang terlibat dalam proses komunikasi massa yang akan diubah persepsinya dengan tujuan untuk menarik minat terhadap suatu informasi atau konten di media sosial tiktok.

Ketergantungan mahasiswa akan konten dakwah dimulai pada tingkat untuk belajar memahami agama melalui konten dakwah di media sosial, selanjutnya mahasiswa yang memiliki masalah individu menggunakan informasi konten dakwah sebagai pandangan yang membantu mereka memahami permasalahan tersebut. Hal ini sesuai dengan asumsi kedua teori dependensi media yang menyatakan seseorang dipengaruhi oleh media sangat ditentukan oleh bagaimana mereka menggunakannya. Misalnya, semakin banyak orang mengandalkan sumber media untuk mendapatkan informasi, semakin besar kemungkinan media akan berdampak pada sikap, keyakinan, dan bahkan perilaku mereka.

Penggunaan media sosial tiktok untuk menonton konten dakwah telah digunakan secara aktif dalam sehari-hari. Namun, beberapa mahasiswa yang menonton konten dakwah tidak mengikuti akun yang menyebarkan konten dakwah. Akan tetapi konten-konten dakwah akan terus bermunculan di beranda pengguna karena tiktok menghadirkan konten berdasarkan

rekomendasi video yang sering di tonton oleh para penggunanya. Penyajian konten dakwah yang unik dan beragam membuat mahasiswa menjadikan media tersebut sebagai pelarian dari masalah kehidupan yang dialami oleh para mahasiswa yang menonton konten dakwah. Dengan demikian mahasiswa yang memiliki masalah pribadi akan menjadikan konten dakwah menjadi bagian dari solusi untuk menjawab permasalahan yang mereka hadapi. Ketergantungan tersebut akan meningkat seiring bertambahnya masalah yang dihadapi dan berpotensi menjadikan konten dakwah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan bahwa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk memahami bagaimana mahasiswa memiliki ketertarikan pada konten dakwah yaitu:

Mahasiswa yang menonton konten dakwah adalah mahasiswa yang memiliki masalah dalam hidupnya sehingga mereka menjadikan konten tersebut sebagai jalan keluar dari permasalahan yang mereka alami.

Ketertarikan dalam belajar mengenai agama Islam juga menjadi alasan bagi mereka untuk menonton konten dakwah, sehingga mereka akan memahami apa saja larangan dan perintah yang belum mereka ketahui sebelumnya serta sebagai pelajaran hidup untuk merubah perilaku.

c. Efek Konten Dakwah Terhadap Perilaku Mahasiswa

Berdasarkan observasi peneliti melihat bahwa mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara yang memiliki ketergantungan pada konten dakwah adalah mahasiswa yang ingin mendalami pengetahuan tentang agama Islam dan mahasiswa yang memiliki masalah yang terjadi di kehidupan pribadi mereka. Sehingga dengan menonton konten dakwah tersebut mengakibatkan adanya perubahan dalam diri mahasiswa, akan tetapi perubahan itu tidak secara signifikan melainkan secara bertahap.

Seseorang yang menonton konten dakwah menjadikan tayangan tersebut sebagai bagian dari perjalanan spiritual, kebiasaan dalam menonton tayangan dakwah dapat menuju kepada proses perubahan perilaku secara bertahap. Tahapan tersebut bermula dari ketertarikan oleh konten dakwah pada media sosial tiktok, kemudian mahasiswa mulai memahami konsep keagamaan yang mereka tonton dan menerapkan informasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari, selanjutnya menuju kepada perubahan, serta memperkuat iman dalam menghadapi tantangan hidup.

Perubahan audiens yang disebabkan oleh paparan pesan media dikenal sebagai efek mengidentifikasi dampak atau perubahan dalam domain pengetahuan, sikap, dan perilaku aktual, menurut David Berlo (ZEN, 2021). Hal ini umumnya terjadi bahwa perubahan perilaku datang sebelum sikap, dan bahwa perubahan pengetahuan datang sebelum sikap. Reaksi penonton, yang berfungsi sebagai umpan balik, mengungkapkan efeknya. Umpan balik dengan demikian adalah cara untuk belajar tentang dampaknya.

Peneliti menemukan bahwa mahasiswa yang membutuhkan lebih banyak informasi tentang konten dakwah lebih cenderung bergantung pada media dan terpengaruh oleh media sosial TikTok. Efek media jangka panjang pada tingkat kognitif, afektif, dan perilaku masyarakat dimungkinkan oleh peran penting yang dimainkan konten dakwah dalam kehidupan mahasiswa.

Peneliti melihat mahasiswa yang memiliki kebutuhan yang lebih banyak informasi pada konten dakwah akan lebih di pengaruhi media sosial tiktok dan mempunyai ketergantungan media yang lebih besar. Keterlibatan konten dakwah yang besar pada kehidupan mahasiswa memungkinkan semakin meningkatnya efek media pada individu di tingkat kognitif, afektif, dan perilaku dalam jangka panjang.

Berdasarkan observasi dan hasil wawancara diatas dengan beberapa informan peneliti menemukan bahwa mahasiswa yang menonton konten dakwah cenderung berubah

perilakunya, namun perubahan tersebut tidaklah signifikan akan tetapi ada tahapan-tahapan yang mereka lewati di antaranya merubah kebiasaan perkataan dan tindakan sesuai apa yang disampaikan dalam konten dakwah yang mereka tonton di tiktok, mahasiswa yang menonton konten dakwah juga memiliki permasalahan-permasalahan pribadi, mereka mengatasi permasalahan tersebut dengan menonton konten dakwah guna mengintropeksi diri mereka dan membuat mereka lebih tabah dalam menghadapi masalah seperti yang dikatakan oleh saudari Lela Asnia. Keterlibatan besar konten dakwah pada kehidupan mahasiswa memungkinkan semakin meningkatnya efek media pada individu perilaku dalam jangka panjang, karena mahasiswa yang menonton konten dakwah selalu konsisten dalam menonton tayangan dakwah pada media sosial tiktok.

SIMPULAN

Hasil wawancara mengungkapkan bahwa, media sosial TikTok adalah platform yang digunakan mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara untuk menonton konten dakwah, sesuai dengan temuan penelitian dan debat yang dirinci pada bab sebelumnya. Hal itu disebabkan karena penyampaian konten dakwah di media sosial tiktok mudah dipahami dan penyajian konten dakwah berupa video singkat yang membuat mahasiswa tidak jenuh ketika menonton konten dakwah yang disampaikan melalui media sosial tiktok. Selain itu, peneliti juga mengungkapkan bahwa konten dakwah tersebut memiliki efek terhadap perubahan sikap, dan perilaku mahasiswa dalam konteks keagamaan dan sosial. Akan tetapi perubahan tersebut tidak secara signifikan melainkan secara bertahap. Tahapan tersebut dimulai dari merubah kebiasaan perkataan dan tindakan sesuai apa yang disampaikan dalam konten dakwah yang mereka tonton di tiktok, mahasiswa yang menonton konten dakwah juga memiliki permasalahan-permasalahan pribadi, mereka mengatasi permasalahan tersebut dengan menonton konten dakwah guna mengintropeksi diri mereka dan membuat mereka lebih tabah dalam menghadapi masalah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan penuh rasa Syukur, saya ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penulisan jurnal ini. Pertama, saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pembimbing dan dosen yang telah memberikan bimbingan, pengetahuan, dan wawasan yang sangat berharga sepanjang proses penelitian dan penulisan jurnal ini. Kepada keluarga dan teman-teman, terima kasih atas dukungan moral, motivasi, dan kesabaran yang telah diberikan. Semoga jurnal ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agis Dwi Prakoso. (2020). *PENGUNAAN APLIKASI TIK TOK DAN EFEKNYA TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA ISLAM DI KELURAHAN WAYDADI BARU KECAMATAN SUKARAME* [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG]. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>
- Andriani, S., Syahrudin, Sari, P. P., & Kasim, H. S. (2024). *Pengaruh Tagline Gratis Ongkir Dan Pengiriman Cepat Terhadap Keputusan Pembelian*. 2(1), 134–143. <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik/article/view/69/58>
- Kustiawan, W. (2022). Dampak Media Sosial Tiktok terhadap perilaku remaja pada Era globalisasi. *JIEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 2108–2115.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.

- Mahdar, M., Satyadharma, M., & Ahmad, S. (2023). *ANALYSIS OF TRANSPORTATION LAW ENFORCEMENT FRAMING IN ONLINE MEDIA DETIKSULTRA.COM* *ANALISIS FRAMING PENEGAKAN HUKUM ANGKUTAN PADA MEDIA ONLINE DETIKSULTRA.COM*. 10(2), 212–221.
<https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/article/view/876>
- Menungsa, A. S. (2023). *Agricultural Development Messages (Study At the Office of the Konawe District Agricultural Extension Agency)*. 5(1), 271–279.
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/3548>
- Ode, L., Nasir, M., & Hasyim, A. (2023). Pemanfaatan Media dalam Penyebaran Pesan Wajib Pajak pada Masyarakat di Wilayah Kota Kendari. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(1), 117.
- Palupi, R., Istiqomah, U., Fravisdha, F. V., Septiana, N. L., & Sarapil, A. M. (2021). Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern. *Academica : Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(1), 89–104.
<https://doi.org/10.22515/academica.v5i1.4119>
- Rahimallah, M., Tanzil, A., Muslan, M., & Saputra, A. N. (2022). Persepsi Inovasi Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Kendari Tahun 2022. *Musamus Journal of Public Administration*, 5(1), 090–103. <https://doi.org/10.35724/mjpa.v5i1.4756>
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60.
<https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Saskara, I. P. A. (2021). Media periklanan berbasis implementasi tutorial praktek. In I. P. A. Saskara (Ed.), *Swasta nulus* (Pertama). Swasta nulus.
- Shafa Tasya Kamilah, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, & Meity Suryandari. (2023). Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 50–62.
<https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.148>
- Sirli, Nurhadi, S. E. S. (2016). Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial Tiktok. *Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 1–23.
- Sulistiyaningsih, M. (2018). *Analisis Proses Tugas Akhir (Skripsi) Dalam Meraih Gelar Strata-1 Pada Mahasiswa Pendidikan Agama Islam 2014 Di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia*. 12–26.
- Syahrudin. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Mahasiswa. *Kareba: Jurnal Komunikasi Unhas*, 9(2), 308–315.
- Weny Maulida Nabila, Silmi Fadhilatunnisa, Muhammad Irgi Alamsyah, & Meity Suryandari. (2023). Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial (Generasi Muda). *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 09–21.
<https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.145>
- Wulandari, R. (2019). Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Syariah Dalam Penyajian Laporan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Di Pontianak. *E-Jurnal Equilibrium Manajemen*, 2(1), 1–17.