

ABSTRAK

Annisa Siti Fatimah: Persepsi Mahasiswa terhadap Dakwah Digital di Akun TikTok @kadamsidik00 (Penelitian pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung)

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah menghadirkan ruang baru bagi aktivitas dakwah Islam, salah satunya melalui platform TikTok. Salah satu tokoh dakwah yang aktif di platform ini adalah Husain Basyaiban dengan akun @kadamsidik00 yang memiliki jutaan pengikut dari kalangan muda. Dakwahnya yang lugas, aktual, dan relevan menjadikannya populer di kalangan mahasiswa, khususnya dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana persepsi mahasiswa terbentuk terhadap dakwah digital yang disampaikan melalui akun tersebut, serta bagaimana pemahaman, respon emosional, dan kecenderungan tindakan mahasiswa setelah mengakses konten dakwah yang tersedia di dalamnya.

Teori persepsi menurut Bimo Walgito menjelaskan bahwa persepsi adalah suatu proses yang melibatkan tiga aspek utama, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Aspek kognitif berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman individu terhadap suatu objek, dalam hal ini pesan dakwah digital. Aspek afektif menyangkut respons emosional yang muncul setelah menerima pesan, seperti perasaan senang, nyaman, atau tersentuh. Sementara itu, aspek konatif berhubungan dengan dorongan untuk bertindak. Ketiga aspek ini saling berinteraksi dan membentuk persepsi secara menyeluruh terhadap suatu objek atau fenomena, sehingga persepsi bukan hanya soal memahami, tetapi juga merasakan dan bertindak.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk memahami persepsi mahasiswa terhadap dakwah digital di akun TikTok @kadamsidik00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa memahami isi dakwah (aspek kognitif) secara baik karena gaya penyampaian yang lugas, bahasa yang sederhana, serta tema yang relevan dengan kehidupan mahasiswa. Dari sisi afektif, mahasiswa menunjukkan respons emosional yang positif berupa rasa nyaman, senang, tersentuh, bahkan termotivasi secara spiritual. Sementara dari aspek konatif, mahasiswa terdorong untuk bertindak, mulai dari memperbaiki ibadah, membagikan konten dakwah, hingga meniru gaya berdakwah Husain dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini membuktikan bahwa dakwah digital melalui media sosial TikTok memiliki efektivitas yang tinggi dalam membentuk persepsi mahasiswa, baik dalam ranah pengetahuan, emosi, maupun perilaku.

Kata Kunci: Persepsi, Dakwah Digital di TikTok, Mahasiswa.