

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah sebuah kegiatan keagamaan yang berhubungan langsung dengan manusia secara keseluruhan tanpa membedakan ras, gender, bangsa, suku, usia, maupun agama (Ridwan, 2022). Dakwah tidak hanya ditujukan hanya kepada golongan tertentu dan membedakannya kepada golongan lain. Jadi, dakwah juga ditujukan kepada para pemeluk atau penganut agama lain dengan cara yang baik sehingga ajaran Islam bisa diterima dengan baik.

Perilaku yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dan para sahabat terhadap para penganut agama lain adalah salah satu bentuk pemahaman bahwa dakwah disebarakan tidak dalam bentuk paksaan karena hidayah Allah bukan sesuatu yang bisa dipaksakan. Kesalahan yang sering terjadi menurut pemahaman masyarakat Barat adalah bahwa mereka memandang penyebaran agama Islam harus dilakukan dengan perantara pedang atau peperangan. Pandangan ini adalah salah satu kesalahpahaman fatal karena kurangnya pemahaman mereka akan sejarah dan dakwah Islam padahal Nabi melarang dengan keras adanya tindakan-tindakan yang merepresentasikan ketidakadilan Islam, khususnya yang berkaitan dengan penganut agama lain.

Dakwah pada awalnya adalah usaha untuk membentuk kepribadian seorang muslim yang baik sesuai dengan ajaran dari Al-Quran dan sunah, lalu membentuk masyarakat Islami untuk mendirikan kehidupan bersama yang

sesuai dengan ajaran Islam (Syalaby, 2000). Karakteristik lain dari dakwah adalah dakwah merupakan kerja nalar, bukan suatu bentuk induksi keyakinan melalui visualisasi mengerikan tentang siksa neraka terhadap psikologi orang lain (*psychotropic induction*) (Ridwan, 2022). Dakwah bisa dikatakan sebagai tindakan menggerakkan hati manusia untuk melakukan kebaikan dan kembali pada fitrahnya. Manusia memiliki fitrah sejak lahir yaitu condong kepada kebaikan. Jika seseorang melakukan perbuatan yang bertentangan dengan ajaran Islam, maka bisa diartikan bahwa ia menjauh dari fitrahnya.

Berdasarkan ayat Al-Quran dalam surah An-Nahl ayat 125, terdapat tiga metode dalam berdakwah yaitu metode hikmah, metode nasihat yang baik, serta metode debat yang terpuji. Dakwah dengan metode hikmah ini kemudian diartikan sebagai ajakan, seruan, atau penyiaran ajaran Islam dengan cara yang bijak, argumentatif, filosofis, dilakukan dengan adil, sabar, dan selaras sesuai dengan ajaran Al-Quran dan sunah. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa hikmah adalah metode yang bersifat mencakup keseluruhan metode dakwah lain yang disesuaikan dengan kondisi objek dakwah. Dakwah dengan metode nasihat yang baik dilakukan dengan adanya unsur motivasi dan ancaman melalui ucapan yang bisa melembutkan hati, menyentuh jiwa, dan menguatkan iman agar mengerahkan orang lain agar selalu mendekat kepada kebajikan. Metode dakwah ini diterapkan dalam dua bentuk, yaitu pengajaran yang dilakukan dengan menerangkan tauhid disertai pengamalan hukum syariat serta dalam bentuk pembinaan yang dilakukan dengan cara menanamkan etika dan moralitas pada objek dakwah terutama

melalui peneladanan. Sedangkan dakwah dengan metode debat yang terpuji lebih menekankan pada sisi argumentasi rasional dan mendalam pada penyampaian dakwah. Metode ini diimplementasikan dalam bentuk dialog, diskusi, atau tanya jawab (Ridwan, 2022).

Dakwah akan selalu terhubung dengan ruang dan zaman serta manusia yang berada diantaranya. Karena itu, tantangan dakwah dari zaman ke zaman akan berbeda di setiap generasinya. Maka, kita tidak bisa menyamakan tantangan dakwah pada zaman Nabi dengan tantangan dakwah pada zaman sekarang karena perbedaan kondisi sosial dan kebutuhan masyarakat. Kebakuan teori dakwah dan metodenya hanya akan menimbulkan kekakuan dalam berdakwah. Metode dakwah yang tidak mampu berkembang akan sulit mengiringi tuntutan dan kebutuhan masyarakat sebagai objek dakwah. Karena itu, para dai harus bisa memahami kebutuhan dan karakteristik zaman yang sedang ia tempuh untuk memposisikan diri di tengah perkembangan yang ada agar Islam bisa dimaknai dengan khusus sesuai karakteristik zamannya.

Semua hal yang berkembang dari realitas keagamaan memang menjadi sebuah momok tersendiri di tengah perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era globalisasi saat ini. Jika para dai masih terperangkap dalam media konvensional dalam berdakwah, maka mereka akan kesulitan untuk menjangkau masyarakat luas atau mad'u kesulitan untuk mengakses dakwah mereka. Tidak dapat disangkal, bahwa tidak semua dai mengenal dan mampu menggunakan perangkat-perangkat dan media berbasis teknologi. Kondisi itu yang kemudian disiasati oleh para ahli yang lebih memahami teknologi untuk

membantu menyebarkan materi-materi dakwah atau keagamaan kepada masyarakat luas melalui berbagai media.

Berbagai fenomena yang berkaitan dengan teknologi telah memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi. Fenomena inilah yang sering disebut dengan istilah era *cyberculture* (budaya siber). Istilah ini merujuk kepada kondisi kultural dimana penggunaan jaringan computer dan informasi telah mendominasi dalam kehidupan manusia. Istilah ini juga dikenal dengan nama *internet culture* (budaya internet).

Dakwah pada era budaya internet memperlihatkan bagaimana realitas virtual sudah mengatasi realitas dakwah yang nyata. Dakwah pun tidak lagi dibatasi oleh tempat dan waktu. Dakwah dapat dilakukan dengan instan. Masyarakat telah memperoleh kemudahan dalam mengakses materi dakwah lewat TV, *YouTube*, maupun media lainnya tanpa harus ikut hadir atau terlibat langsung di tempat ibadah atau di berbagai tempat kegiatan keagamaan dilaksanakan.

Adanya media internet, manusia dengan mudahnya mendapatkan informasi, menjelajah dunia, bahkan berkomunikasi dengan siapapun dan dimanapun meski jaraknya jauh. Dengan internet kehidupan manusia bisa menjadi mudah. Di dalam internet terdapat berbagai macam informasi mulai dari teks, gambar, video, suara, musik dan lain-lain. Di dalam internet juga, seseorang bisa melakukan pencarian (*searching*), berkomunikasi (*chatting*), atau mengirim sesuatu bisa tulisan, gambar foto dan sebagainya (*posting*). Dengan adanya

internet, manusia lebih sering berkomunikasi menggunakan internet sehingga terbentuklah media sosial.

Sebuah aplikasi media sosial dengan nama TikTok mulai muncul di tahun 2016 dan berkembang. TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik asal Tiongkok, yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Aplikasi ini banyak digunakan oleh berbagai macam orang dari segala umur dan tidak menutup kemungkinan terdapat konten-konten yang mengandung unsur negatif di dalamnya. Adanya konten-konten negatif tersebut tentunya dapat membahayakan untuk perkembangan mental penggunanya yang rata-rata remaja. Walaupun demikian, konten-konten positif juga semakin banyak tersebar di TikTok.

Melalui aplikasi TikTok proses komunikasi keagamaan juga mulai berkembang. Kini dakwah tidak hanya dapat dilakukan dengan cara ceramah secara langsung di setiap pengajian-pengajian. Dengan terciptanya media komunikasi modern, dakwah dapat dilakukan melalui *handphone* dengan menggunakan aplikasi tertentu. Dengan hadirnya TikTok sebagai salah satu media sosial sebagai tempat pemanfaatan dakwah, maka diharapkan mampu memberikan manfaat bagi perkembangan dakwah Islam dan media tersebut dapat dimanfaatkan kearah yang positif.

Pemanfaatan TikTok untuk kegiatan dakwah merupakan sarana yang tepat, karena TikTok merupakan media sosial yang digandrungi. Beraneka ragam konten disajikan di TikTok untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam

mendapatkan informasi, selain itu pula bisa dimanfaatkan untuk memberikan kontribusi terhadap kegiatan dakwah Islam di Indonesia.

Husein Basyaiban merupakan artis TikTok yang berasal dari Madura. Husein Basyaiban mulai aktif membagikan konten dakwah di TikTok sejak tahun 2020. Husein Basyaiban terkenal di TikTok karena konten dakwah yang ia bagikan kepada 6,3 juta followers (berdasarkan data yang diambil di profile akun TikTok @kadamsidik00, 2025). Berbeda dengan konten kreator lainnya, Husein mencoba menjelaskan ajaran-ajaran Islam dengan cara yang lugas dan mudah diterima serta sesuai dengan problematika kehidupan anak muda.

Meskipun TikTok menyediakan ruang untuk menyebarkan dakwah, tidak dapat dipungkiri bahwa platform ini juga dipenuhi dengan konten hiburan yang kadang kurang mendidik dan berpotensi menggeser perhatian generasi muda dari nilai-nilai spiritual. Hal ini menimbulkan pertanyaan, sejauh mana konten dakwah yang ditampilkan, khususnya oleh Husein Basyaiban, mampu memberikan pengaruh positif bagi audiensnya. Dengan jutaan pengikut, Husein tidak hanya berperan sebagai kreator konten, tetapi juga sebagai figur publik yang pesan-pesannya dapat membentuk pola pikir dan perilaku generasi muda Muslim.

Dalam konteks mahasiswa KPI UIN Sunan Gunung Djati Bandung, fenomena ini menjadi semakin penting. Sebagai calon dai dan komunikator Islam, mahasiswa KPI tidak hanya dituntut untuk memiliki pengetahuan akademis, tetapi juga kecerdasan spiritual yang matang agar mampu menghadapi tantangan kehidupan pribadi maupun sosial. Namun, realitas

menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa masih berada pada fase pencarian jati diri dan rentan terhadap pengaruh budaya populer yang berkembang di media sosial. Hal ini menimbulkan kebutuhan untuk meninjau kembali bagaimana konten dakwah digital dapat berkontribusi pada penguatan kecerdasan spiritual mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk mengungkap pengaruh konten dakwah Husein Basyaiban di TikTok terhadap kecerdasan spiritual mahasiswa KPI angkatan 2020. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas dakwah digital dalam membentuk spiritualitas generasi muda, sekaligus menambah khasanah kajian dakwah kontemporer di era budaya internet.

Penelitian mengenai isi ataupun konten dakwah dalam media pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian oleh Khoiruddin Muchtar dan Faula Rahma Ghalia (2018) meneliti tentang perhatian, penerimaan, dan pemahaman mahasiswa terhadap program siaran televisi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana variabel independen (X) dalam penelitian tersebut adalah respon mahasiswa sedangkan variabel dependen (Y) dalam penelitian tersebut adalah tayangan dakwah islamiyah Khazanah dan Damai Indonesiaku. Hasil penelitian tersebut adalah perhatian mahasiswa terhadap tayangan Khazanah (Trans7) adanya korelasi yang cukup, sedangkan perhatian mahasiswa terhadap tayangan Damai Indonesiaku (TVOne) terjadi korelasi rendah. Selanjutnya ditemukan penelitian oleh Muhimmatun Nasikhah (2018) yang memiliki variabel independen (X) yaitu respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan variabel dependen (Y) yaitu tayangan Mari Kita

Sahur. Hasil penelitian tersebut adalah respon kognitif mahasiswa terhadap tayangan tersebut adalah positif, sementara respon afektif dan konatif mahasiswa terhadap tayangan tersebut adalah negatif. Lalu ditemukan pula penelitian oleh Prila Rahmaningsih (2018) yang memiliki variabel independen (X) yaitu respon followers dan variabel dependen (Y) yaitu program Nuansa Pagi di Radio Garuda. Penelitian itu bertujuan untuk mengetahui efektivitas program Nuansa Pagi terhadap pemahaman keagamaan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang permasalahan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pandangan mahasiswa terhadap konten dakwah Husein Basyaiban. Dengan demikian peneliti mengangkat penelitian yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah Husein Basyaiban di Akun Tik Tok @kadamsidik00 Terhadap Kecerdasan Spiritual Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan bahwa inti dari permasalahan yang akan di analisis dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk stimulus berupa konten dakwah Husein Basyaiban di akun TikTok @kadamsidik00 yang dikonsumsi oleh mahasiswa KPI?
2. Bagaimana proses internal (organism) mahasiswa KPI dalam merespons konten dakwah tersebut, dilihat dari aspek kognitif, afektif, dan refleksi diri?
3. Sejauh mana pengaruh dari konten dakwah Husein Basyaiban terhadap kecerdasan spiritual mahasiswa KPI?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan perumusan masalah adalah

4. Untuk mengetahui bagaimana bentuk stimulus dari konten dakwah Husein Basyaiban di TikTok yang diterima oleh mahasiswa KPI.
5. Untuk menganalisis bagaimana proses internal mahasiswa KPI dalam memahami dan memaknai konten dakwah tersebut.
6. Untuk mengukur sejauh mana pengaruh konten dakwah Husein Basyaiban terhadap kecerdasan spiritual mahasiswa KPI.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini berdasarkan latar belakang penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan komunikasi dan penyiaran islam mengenai kajian dakwah dan media tabligh sebagai tempat pemanfaatan dakwah. Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan manfaat bagi perkembangan dakwah Islam dan media tersebut dapat dimanfaatkan kearah yang positif.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan agar para praktisi dapat memberikan kontribusi dalam menyajikan konten keagamaan di berbagai aplikasi dan dapat meningkatkan isi dari konten dakwah di media sosial.

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah arah berpikir atau arah penelitian yang dijadikan pokok berpikir peneliti dalam melaksanakan penelitian terhadap

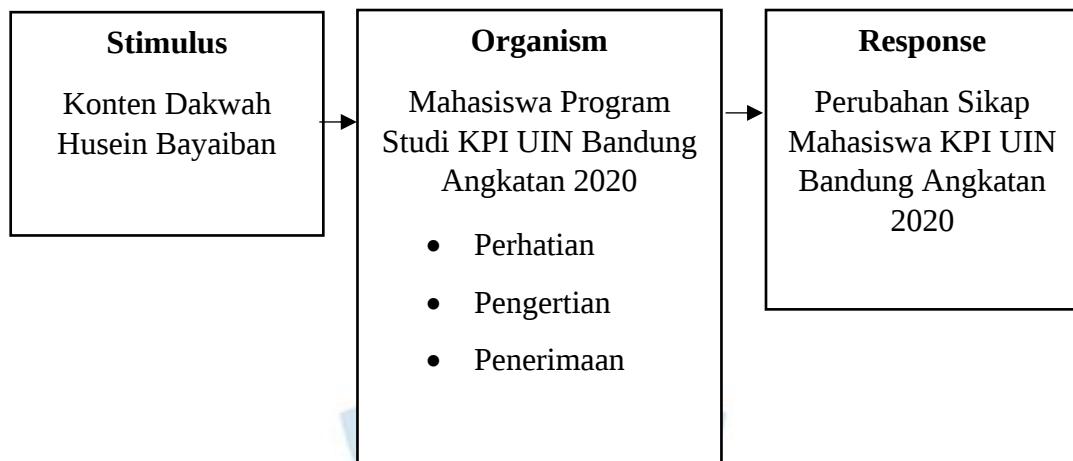
objek yang dimaksud (Sugiyono, 2013). Hal ini dilakukan agar penelitian tersebut dapat menyelesaikan turunan dari rumusan masalah dan tujuan penelitian. Ada 3 landasan pokok yang menjadi unsur dari kerangka pemikiran, yaitu landasan teoritis, landasan konseptual, dan landasan operasional.

1. Landasan Teoritis

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori S-O-R. Teori S-O-R sebagai singkatan *Stimulus-Organism-Response* yang berasal dari Psikologi, dan muncul antara tahun 1930 dan 1940. Teori ini juga menjadi teori komunikasi karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen seperti sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Teori stimulus respon menganggap bahwa media massa memiliki efek langsung yang dapat mempengaruhi individu sebagai *audience* (penonton/ pendengar).

Efek yang ditimbulkan dari teori ini adalah reaksi khusus terhadap stimulus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan membayangkan keselarasan antara pesan dan reaksi komunikan. Unsur-unsur dalam model ini adalah pesan (*stimulus, S*), komunikan (*organism, O*), dan efek (*response, R*). Dalam proses komunikasi, faktor yang berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek "how" bukan "what" dan "why". Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada 3 variabel penting,

yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Model teori S-O-R secara lebih jelasnya dapat dilihat dalam bagan berikut.



Gambar 1.1 Model Teori S-O-R

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa perubahan sikap tergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengelolanya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Effendy, 2000).

Proses perubahan perilaku sebenarnya sama dengan proses belajar. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme bisa jadi diterima atau ditolak. Selain itu, stimulus dalam penelitian ini adalah rangsangan dari sebuah isi pesan atau konten TikTok yang ditujukan kepada mahasiswa. Apabila stimulus tersebut tidak bisa diterima atau ditolak berarti stimulus dikatakan tidak efektif

mempengaruhi perhatian individu. Tetapi jika stimulus bisa diterima oleh organisme maka bisa dikatakan ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif. Rancangan stimulus dalam penelitian ini adalah konten dakwah Husein Basyaiban di akun TikTok @kadamsidik00.

Jika stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka dilanjutkan ke proses mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bersikap. Rancangan organisme dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi komunikasi dan penyiaran islam angkatan 2020. Proses terakhir adalah hasil yang ditimbulkan atau efek dari stimulus kepada organisme sehingga mempengaruhi perubahan perilaku yang disebut dengan respon. Rancangan respon dalam penelitian ini adalah kecerdasan spritual

Berdasarkan landasan teoritis sebelumnya, maka penelitian terdiri dari rancangan stimulus yaitu konten dakwah Husein Basyaiban, rancangan organisme yaitu mahasiswa Program Studi KPI angkatan 2020, serta rancangan responnya yaitu kecerdasan spritual.

2. Landasan Konseptual

Dakwah merupakan upaya bagi seseorang untuk menyampaikan atau menyerukan ajaran Islam. Dakwah secara mendasar dapat dikatakan sebagai usaha atau kegiatan seseorang untuk mengingatkan orang lain agar kembali ke jalan yang benar dan mengingat perjanjian suci di alam ruh (*primordial covenant* atau ahd al-fitri fi ‘alam ar-ruh) berupa syahadat ilahiyah atau kesaksian manusia terhadap eksistensi Allah sebagai Tuhan (Sukayat, 2015).

Dalam proses dakwah ada beberapa unsur yang harus dipenuhi, unsur-unsur tersebut yaitu: mubaligh yaitu penyampai pesan dakwah; maudu' ad-dakwah yaitu pesan dakwah; wasilah ad-dakwah yaitu media dakwah; uslub ad-dakwah yaitu metode dakwah; dan mad'u yaitu objek dakwah.

Berdasarkan konsep, ada beberapa variabel penting yang menjadi pondasi utama dari penelitian ini. Variabel-variabel itu adalah konten dakwah, TikTok, serta kecerdasan spritual.

a) Konten Dakwah

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan bahwa konten merupakan kumpulan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Dapat dikatakan bahwa adalah sekumpulan informasi yang bisa diakses dari media social baik itu berbentuk teks, gambar, video, maupun audio.

Konten dakwah merupakan materi yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u dalam aktivitas dakwah. Konten dakwah bersifat sangat penting dan harus diperhatikan karena pesan dakwah sangat berpengaruh terhadap minat mad'u untuk mendengarkan. Konten dakwah biasanya berupa materi-materi yang berkenaan dengan aqidah, syariah, akhlak, dan muamalah yang dihadapi oleh kaum muslimin. Konten dakwah juga harus disampaikan dengan cara yang efektif agar dapat diterima oleh audiens.

b) TikTok

Aplikasi TikTok adalah media sosial yang memuat video pendek dengan didukung musik, yang sangat disukai oleh sebagian besar pengguna media sosial termasuk orang dewasa, remaja serta anak-anak (Kuswati, 2021).

Banyak pengguna yang mengatakan bahwa aplikasi ini merupakan aplikasi yang dapat membuat si pengguna terhibur. Dalam aplikasi ini pengguna dapat melihat-lihat berbagai kreatifitas setiap pengguna lain di beranda. Banyak konten yang disajikan dalam aplikasi ini seperti konten mukbang, *ASMR*, *song cover*, *dance*, eksperimen ilmiah, dll. Tidak terkecuali konten keagamaan.

Banyaknya konten yang ada di TikTok mengharuskan penggunaanya lebih teliti dalam menyaring informasi karena tidak semua konten yang ada di TikTok bersifat positif dan mendidik. Konten dakwah yang ada di TikTok merupakan salah satu konten yang sangat bermanfaat. Banyak dai yang berdakwah menggunakan konten melalui platform media social, salah satunya TikTok. Di antara para dai tersebut ada Ustadz Felix Siauw, Ustadz Adi Hidayat, dll. Adapun peneliti menggunakan konten dakwah dari dai muda asal Madura, yaitu Husein Basyaiban.

c) Kecerdasan Spiritual

Kecerdasan spiritual adalah kemampuan individu untuk memahami, meresapi, dan mengintegrasikan dimensi spiritual dalam kehidupan mereka (Zohar, 2000). Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai spiritual, makna hidup, dan hubungan dengan sesuatu yang lebih besar dari diri sendiri, apakah itu Tuhan, alam semesta, atau kekuatan spiritual lainnya.

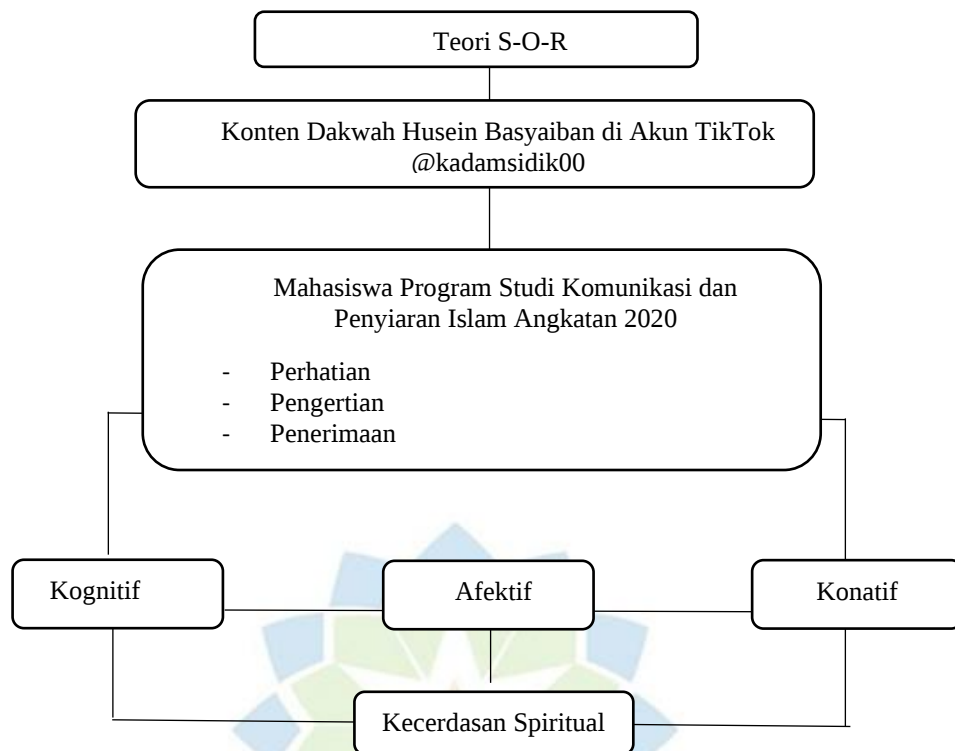
Kecerdasan spiritual mahasiswa melibatkan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai spiritual, makna hidup, dan hubungan dengan sesuatu yang lebih besar dari diri mereka sendiri. Beberapa aspek yang terkait dengan kecerdasan spiritual mahasiswa melibatkan pemahaman ajaran agama, refleksi,

toleransi dan penerimaan, empati serta kasih sayang. Kecerdasan spiritual tidak hanya mencakup pemahaman konsep-konsep keagamaan, tetapi juga melibatkan pengalaman dan tindakan konkret yang mencerminkan nilai-nilai spiritual tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Ini adalah dimensi penting dalam perkembangan pribadi dan kesejahteraan mahasiswa sebagai individu.

3. Landasan Operasional

Landasan operasional membantu dalam mengukur dan mengamati perubahan atau perkembangan pada aspek-aspek tertentu dari kecerdasan spiritual mahasiswa sebagai hasil dari interaksi dengan konten dakwah. Dengan mengukur aspek-aspek ini secara operasional, penelitian atau evaluasi dapat memberikan pemahaman yang lebih konkret tentang pengaruh konten dakwah Husein Basyaiban di TikTok terhadap kecerdasan spiritual mahasiswa Program Studi KPI angkatan 2020.





Gambar 1.2 Kerangka Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas atau independen yaitu konten dakwah Husein Basyaiban (X) dan variabel tidak bebas atau dependen yaitu kecerdasan spiritual mahasiswa Program Studi KPI (Y).

Sesuai dengan permasalahan yang diteliti penulis, yaitu mengenai pengaruh konten dakwah Husein Basyaiban di akun TikToknya terhadap kecerdasan spiritual mahasiswa, maka dalam menyusun menurut skala psikologi peneliti menggunakan skala yaitu format respon. Format respon merupakan berbagai macam stimulus dalam skala psikologi dapat direspon dalam berbagai bentuk perilaku seperti menjawab dengan kata-kata, memilih jawaban yang disediakan, dan sebagainya. Format respon terbagi menjadi dua macam yaitu:

- a. Respon negatif yaitu respon yang menentang isi pertanyaan atau pernyataan
- b. Respon positif yaitu respon yang mendukung atau afirmatif terhadap isi pertanyaan.

F. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara dan arti sesungguhnya belum bernilai (mencapai) sebagai suatu tesis yang belum diuji kebenarannya (Ruslan, 2003).

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan mengambil objek konten dakwah Husein Basyaiban di akun Tik Tok @kadamsidik00 dengan mengambil tanggapan atau respon mahasiswa KPI Angkatan 2020. Penelitian ini dilakukan di UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan pertimbangan efisiensi jarak dan waktu. Penelitian ini melibatkan beberapa mahasiswa KPI di UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang aktif menggunakan aplikasi TikTok. Sampel akan diambil secara acak dengan memperhatikan kriteria responden untuk mengisi kuesioner. Penelitian diarahkan untuk mengetahui pengaruh dari dakwah Husein Basyaiban dari sudut pandang mahasiswa sebagai mad'u.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Paradigma positivisme adalah paradigma yang tergabung antara *deductive logic* konfirmasi sebab – akibat terhadap kegiatan yang dilakukan oleh

manusia secara umum, yang digunakan untuk memprediksi pola pada perilaku umum tersebut (Sugiyono, 2017). Paradigma positivisme biasanya hanya mengamati “permukaan” yang tampak tanpa memahami makna secara lebih dalam (Heyvon, 2021).

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme karena peneliti ingin melihat konten dakwah Husein Basyaiban terpisah sebagai suatu realitas yang objektif. Di penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh konten dakwah Husein Basyaiban secara universal dan tidak bias. Selain itu, peneliti ingin mengetahui sudut pandang mahasiswa agar bisa mencapai generalisasi penilaian terkait konten dakwah Husein Basyaiban di akun TikTok @kadamsidik00 sebagai salah satu konten islami populer di kalangan anak muda.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dikumpulkan dalam bentuk angka dan bukan kata-kata. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari pengukuran (Sujarweni, 2014). pendekatan ini merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik (Sugiyono, 2015).

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk untuk menggali dan mengetahui pandangan mahasiswa melalui pengukuran objektif dan analisis numerik terhadap konten dakwah Husein Basyaiban. Dalam penelitian ini, penulis

ingin memberikan data valid terkait pengaruh konten dakwah Husein Basyaiban berdasarkan respon mahasiswa.

3. Metode Penelitian

Neuman (2003 dikutip dalam Winiratih, 2016: 56) mengungkapkan bahwa terdapat tiga jenis prosedur yang dapat digunakan dalam penelitian kuantitatif yaitu eksperimen, survei, dan konten analisis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei yang dilakukan pada sampel sebagai representatif dari populasi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden. Dalam penelitian, survei digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu. Penggalan data dapat melalui kuesioner dan wawancara (Sujarweni, 2015). Metode ini dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2013).

Metode survei dilakukan dengan memetakan kerangka pemikiran antara dua variabel yaitu “Konten Dakwah Husein Basyaiban” sebagai variabel x dan “Kecerdasan Spiritual” sebagai variabel y . Permasalahan tersebut akan dijelaskan secara teoritis dan dibuat hipotesis. Hipotesis tersebut akan dibuktikan kebenarannya saat penelitian berlangsung. Oleh karena itu,

peneliti akan membuat kuesioner terkait efektivitas konten dakwah Husein Basyaiban di TikTok dan penentuan sampel responden tentang perhatian, pengertian, dan penerimaan. Metode ini juga digunakan untuk melakukan pengumpulan data pada responden dan akan ditinjau ulang ketika data yang dibutuhkan telah terpenuhi. Setelah data teruji validitas dan reliabilitasnya serta dilakukan analisis, maka data diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai gagasan pandangan mahasiswa.

4. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, data kuantitatif berbentuk statistik yang dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi mengenai pandangan mahasiswa merespon konten dakwah islamiyah.

Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung (Kriyantono, 2005).

- Data primer dalam penelitian ini mencakup dua hal utama. Pertama, konten dakwah Husein Basyaiban di akun TikTok @kadamsidik00 yang menjadi objek penelitian, yaitu materi dakwah yang disajikan

secara rutin melalui platform digital. Kedua, respon mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020 sebagai subjek penelitian. Data ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan mengenai tanggapan mahasiswa terhadap konten dakwah tersebut serta hubungannya dengan kecerdasan spiritual mereka.

- Data sekunder penelitian ini mengambil data penelitian yang sudah ada seperti dari buku, jurnal, internet dan skripsi yang berkaitan dengan judul penelitian.

5. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan responden dari objek penelitian. populasi adalah objek penelitian yang meliputi orang, hewan, benda-benda, peristiwa, maupun gejala yang memiliki karakteristik tertentu dalam penelitian yang dilakukan (Nawawi, 1983). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Pengukuran sampel dilakukan melalui statistik (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil oleh peneliti adalah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 yang berjumlah 146 orang.

Tabel 1.1 Populasi

No	Kelas	Jumlah Mahasiswa (Populasi)
1	A	38
2	B	37
3	C	39
4	D	32
Total		146

Kriteria responden yang dibutuhkan oleh penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Mahasiswa KPI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020
- Memiliki pengetahuan tentang konsep dasar dakwah
- Bersedia mengisi Google Form kuesioner

Untuk mengetahui jumlah sampel yang digunakan, maka peneliti menggunakan rumus slovin dengan *margin of error* 10%. Dalam rumus slovin dijelaskan untuk mencapai keakuratan data, maka pengambilan sampel dari populasi dalam sebuah penelitian biasanya menggunakan *margin of error* 5% atau 10%. Jika jumlah populasi diatas 1.000, maka *margin of error* yang digunakan adalah 5%. Jika jumlah populasi dibawah 1.000, maka *margin of error* yang digunakan adalah 10% (Endra, 2021). Karena jumlah populasi dari penelitian ini adalah 146 mahasiswa, maka *margin of error* yang digunakan adalah 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran
populasi

e = *margin of error*

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{146}{1 + (146 \times \frac{10}{100})^2}$$

$$n = \frac{146}{1 + (146 \times 0,1)^2}$$

$$n = \frac{146}{1 + (146 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{146}{1 + 1,46}$$

$$n = \frac{146}{2,46} = 59,3$$

Dari perhitungan rumus solvin, maka jumlah sampel yang diperoleh untuk penelitian ini dibulatkan menjadi 60 mahasiswa. Penyebaran kuesioner akan dilakukan menggunakan bantuan google form.

6. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang bertujuan untuk mengumpulkan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2005). Kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu pertama identitas dan kedua pertanyaan. Bagian kedua ini mengandung pertanyaan untuk mendapatkan jawaban dari responden (Walgito, 1983).

Peneliti menganggap bahwa metode pendekatan kuantitatif tepat untuk penelitian ini karena peneliti berusaha menggambarkan bagaimana pandangan mahasiswa merespon konten dakwah islamiyah. Dalam penelitian ini, hasil data yang telah diperoleh melalui penyebaran kuesioner akan diolah menggunakan *software* yang secara umum banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif, yaitu *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

Adapun dalam angket tersebut dimana angket sudah tersedia pertanyaan beserta jawabannya dan pertanyaan 1-5 poin jawaban dalam bentuk pilihan. Poin-poin tersebut berupa dari poin 5 = Sangat Setuju, 4 = Setuju, 3 = Kurang Setuju, 2 = Tidak Setuju dan 1 = Sangat Tidak Setuju.

Tabel 1.2 Pengukuran Skala Likert

Skala Likert			
Kategori	Singkatan	Skor	Persentase
Sangat Setuju	SS	5	Tergantung hasil statistik penelitian
Setuju	S	4	
Netral	N	3	
Tidak Setuju	TS	2	

Sangat Tidak Setuju	STS	1	
---------------------	-----	---	--

7. Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kebenaran suatu tes (Arikunto, 2013). Data hasil dari penyebaran kuesioner dikumpulkan lalu diolah dalam pengujian validitas instrumen yang dihitung menggunakan rumus korelasi *product moment* berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2 (n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan :

R : Koefisien Validitas

ΣX : Jumlah skor dalam sebaran X

ΣY : Jumlah skor dalam sebaran Y

ΣX^2 : Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran X

ΣY^2 : Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran Y

ΣXY : Jumlah hasil kali skor X dan Y yang berpasangan

n : Jumlah responden

Ho : Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)

Ha : Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan tidak berorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Langkah selanjutnya setelah menemukan validitas item penelitian adalah mengukur reliabilitas data serta instrumen penelitian. Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama atau singkatnya untuk mengukur konsistensi kuesioner.

Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut stabil. Pengujian reliabilitas pada penelitian kali ini menggunakan *Alpha Cronbach* karena menggunakan jenis data essay yang dapat menafsirkan korelasi antara skala diukur dengan semua variabel yang ada. Berikut rumus *Alpha Cronbach* :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir

V_1^2 : Varian total

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan menentukan *cronbach alpha* :

Ho : Jika nilai *cronbach alpha* > 0,6 maka suatu instrumen dikatakan reliabel

Ha : Jika nilai *cronbach alpha* < 0,6 maka suatu instrumen dikatakan tidak reliabel

8. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan aktivitas dalam analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan terus-menerus sampai tuntas sehingga datanya jenuh (Sugiyono, 2005). Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data tiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sudiyono, 1987).

1) Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Syarat untuk mendapatkan model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal atau mendekati normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka perlu dilakukan transformasi data terlebih dahulu. Selanjutnya, model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas dan autokorelasi (Ndruru, Situmorang, & Tarigan, 2014).

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah dalam kerangka model regresi tertentu, baik variabel independen, variabel dependen, atau keduanya, memiliki distribusi yang sesuai dengan distribusi normal atau tidak. Jika salah satu variabel tersebut tidak mengikuti

distribusi normal, maka hasil statistik uji akan terpengaruh negatif. (Ghozali, 2016). Untuk menguji apakah data memiliki distribusi normal, dapat menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov. Dalam uji ini, jika nilai signifikansi melebihi 5% atau 0,05, maka data dapat dianggap mengikuti distribusi normal. Sebaliknya, jika hasil uji One Sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi di bawah 5% atau 0,05, maka data dianggap tidak mengikuti distribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji ini adalah untuk mengevaluasi apakah terdapat ketidakseragaman varian dalam residu dari satu observasi ke observasi lain dalam sebuah model regresi. Jika perbedaan varian terjadi, maka ini dikenal sebagai heteroskedastisitas. Salah satu metode untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi berganda adalah dengan mengamati pola sebaran titik pada scatterplot atau dengan melihat hubungan antara nilai prediksi variabel terikat (SRESID) dan kesalahan residual (ZPRED). Apabila tidak ada pola khusus yang terlihat, dan sebaran titik tidak cenderung ke atas atau ke bawah pada sumbu y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas. Dalam penelitian, model yang dianggap baik adalah yang tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merujuk pada keterkaitan antara residu pada satu observasi dengan residu pada observasi lainnya. Autokorelasi sering ditemui dalam model analisis data runtut waktu (*time series*) karena sifat data runtut waktu, di mana data saat ini dipengaruhi oleh data di masa sebelumnya. Meskipun jarang terjadi dalam data penelitian *cross-section*, autokorelasi masih mungkin terjadi. Dalam model regresi linier, autokorelasi terjadi karena adanya hubungan korelasi antara kesalahan (*error*) pada periode t dengan kesalahan (*error*) pada periode sebelumnya, yaitu $t-1$. Terdapat beberapa metode untuk mendeteksi autokorelasi, seperti Uji Durbin-Watson (*DW test*), *Run Test*, dan Uji Lagrange Multiplier (*LM test*).

Untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya autokorelasi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Run Test*. Berbeda dengan uji Durbin-Watson yang sering digunakan pada data *time series*, *Run Test* lebih sesuai diterapkan pada data *non-time series* atau data observasional yang tidak terikat urutan waktu tertentu, seperti pada penelitian ini yang menggunakan data hasil kuesioner dari responden mahasiswa. *Run Test* merupakan uji statistik non-parametrik yang bekerja dengan cara mengevaluasi pola urutan tanda positif dan negatif dari residual yang dihasilkan dalam analisis regresi. Tujuannya adalah melihat apakah pola tersebut menyebar secara acak atau menunjukkan keteraturan tertentu.

Adapun rumusan hipotesis dalam uji Run Test adalah sebagai berikut:

H_0 (hipotesis nol): Residual tersebar secara acak (tidak ada autokorelasi)

H_1 (hipotesis alternatif): Residual tidak tersebar secara acak (terjadi autokorelasi)

2) Uji Hipotesis

Apabila seluruh syarat untuk menemukan model regresi terpenuhi, maka langkah selanjutnya untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan adalah dengan melakukan uji secara simultan (uji F). Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

a) Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas memengaruhi variabel terikat, serta untuk memproyeksikan nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas. Dalam penelitian ini, metode analisis regresi yang diterapkan adalah regresi linear sederhana. Menurut Fridayana (2013 sebagaimana dikutip dalam Winiratih, 2016: 189), analisis regresi linear sederhana adalah suatu teknik analisis yang fokus pada satu variabel terikat (Y) dan satu variabel bebas (X). Oleh karena penelitian ini hanya melibatkan satu variabel terikat dan satu variabel bebas, maka analisis regresi yang dipilih adalah regresi linear sederhana.

Persamaan yang merepresentasikan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut.

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat

a : Konstanta

b : Koefisien variabel X

X : Variabel bebas

e : *error* atau sisa

b) Koefisien Determinasi

Bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Dalam output SPSS, nilai koefisien determinasi dapat ditemukan pada tabel tertentu dan dituliskan sebagai R Square. Apabila nilai koefisien determinasi adalah 1, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen sepenuhnya dapat menjelaskan variabel dependen, dan tidak ada faktor lain yang memengaruhi variabel dependen. Ketika nilai koefisien determinasi berada dalam rentang antara 0 hingga 1, itu mengindikasikan seberapa kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Untuk memberikan penafsiran terhadap nilai koefisien determinasi yang ditemukan, apakah itu besar atau kecil, akan direferensikan dengan tabel interpretasi nilai r berikut.

Tabel 1.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

