



**PERSEPSI MAHASISWA TENTANG METODE DAKWAH  
DI ERA DIGITAL**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
UIN Mahmud Yunus Batusangkar*

**Oleh:**

**FAUZAN TRI HIDAYAT**  
**NIM. 2130302020**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS  
BATUSANGKAR  
TAHUN  
2025**



**STUDENT PERCEPTIONS OF DA'WAH METHODS  
IN THE DIGITAL ERA**

**THESIS**

*Written as a Requirements to obtain a Bachelor Degree (S-1)  
Islamic Communication and Broadcasting Study Program  
Faculty of Ushuluddin Adab and Da'wah  
UIN Mahmud Yunus Batusangkar*

**BY:**

**FAUZAN TRI HIDAYAT**  
**Req No. 2130302020**

**ISLAMIC COMMUNICATION AND BROADCASTING STUDY PROGRAM  
FACULTY USHULUDDIN ADAB AND DA'WAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS  
BATUSANGKAR  
YEAR  
2025**



تصورات الطلاب حول  
أساليب الدعوة في العصر الرقمي

الوصف

(I-ك) تبت كم تطلب ل لوصول على درجة (S)  
في برنامج الاتصالات والإذاعة الإسلامية  
ك لية أصول الدين والأدب والدعوة

بقلم:

فوزان ثلاثي هداية  
٢١٣٠٣٠٢٠٢٠

الإسلامية برنامج دراسات الاتصالات والإذاعة  
ك لية أصول الدين والأدب والدعوة  
جامعة ولاية إسلامية (NIU) محمود يونس  
بات وسانغكار  
م 2025

### **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Pembimbing Skripsi atas nama **Fauzan Tri Hidayat, NIM 2130302020** dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Tentang Metode Dakwah di Era Digital.”** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *munaqasah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Juli 2025

**Pembimbing**






**Drs Ali Nupiah MA**  
**NIP.196007051998031002**

### PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama **Fauzan Tri Hidayat, NIM. 2130302020** dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Tentang Metode Dakwah di Era Digital”** telah diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar pada hari Selasa tanggal 15 Juli 2025 dan dinyatakan lulus sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk di pergunakan seperlunya.

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Drs. Ali Nupiah, MA NIP. 196007051998031002	Penguji Pendamping		15/07/25
2	Vannyora Okditazeini, M.Si NIP. 199110312020122011	Penguji Utama		06/08/25
3	Syafriwaldi, S.Sos.L., MA NIP. 198112142023211007	Anggota Penguji Utama		11/08/25

Batusangkar, Agustus 2025  
Mengetahui,  
Plh Dekan Fakultas Ushuluddin  
Adab dan Dakwah UIN  
Mahmud Yunus Batusangkar



**Agdriati, M.Ag**  
NIP. 196911091998032002

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fauzan Tri Hidayat  
NIM : 2130302020  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Tentang Metode Dakwah di Era Digital”** adalah karya sendiri bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, Juli 2025

Saya yang Menyatakan,



**Fauzan Tri Hidayat**  
NIM. 2130302020

## ABSTRAK

**Fauzan Tri Hidayat NIM 2130302020, Judul Skripsi "Persepsi Mahasiswa Tentang Metode Dakwah di Era Digital".** Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami bagaimana mahasiswa mempersepsikan metode dakwah Islam yang disampaikan melalui media digital. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara dakwah dilakukan, dari pendekatan konvensional ke pendekatan digital yang lebih fleksibel dan menjangkau luas. Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi digital yang aktif menggunakan media sosial, tidak hanya menjadi sasaran dakwah tetapi juga berpotensi menjadi pelaku dakwah melalui berbagai platform digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap dakwah digital dipengaruhi oleh pengalaman digital, perhatian terhadap konten dakwah, serta konteks sosial dan budaya di sekitar mereka. Sebagian mahasiswa memandang dakwah digital sebagai inovasi positif yang adaptif dengan zaman, sementara sebagian lainnya menunjukkan sikap kritis terhadap keabsahan konten dakwah yang beredar secara daring. Literasi media, gaya komunikasi, serta karakter visual konten dakwah juga menjadi faktor penting yang membentuk persepsi mahasiswa.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa metode dakwah digital mendapat respon yang beragam dari mahasiswa. Diperlukan pendekatan yang lebih komunikatif, edukatif, dan sesuai dengan karakter media baru agar pesan dakwah dapat diterima dengan lebih efektif oleh generasi muda.

**Kata Kunci: Persepsi Mahasiswa, Dakwah Digital, Media Sosial, Era Digital**

## ABSTRACT

**Fauzan Tri Hidayat, Student ID 2130302020. Thesis Title: "*Students' Perception of Da'wah Methods in the Digital Era*".** Department of Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Ushuluddin, Adab, and Da'wah, State Islamic University (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar

This study aims to explore and understand how students perceive Islamic da'wah methods delivered through digital media. The advancement of information technology has transformed the way da'wah is conducted, shifting from conventional approaches to more flexible and widely accessible digital methods. As active users of social media, students not only serve as the target audience for da'wah but also have the potential to become da'wah practitioners through various digital platforms.

This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews with students of Islamic Communication and Broadcasting at UIN Mahmud Yunus Batusangkar. The findings reveal that students' perceptions of digital da'wah are influenced by their digital experiences, attention to da'wah content, and the surrounding socio-cultural context. Some students view digital da'wah as a positive innovation aligned with contemporary times, while others express critical attitudes toward the credibility of online da'wah content. Media literacy, communication styles, and the visual characteristics of da'wah content are also key factors shaping students' perceptions.

This study concludes that digital da'wah methods receive diverse responses from students. Therefore, a more communicative and educational approach that aligns with the characteristics of new media is required to ensure that da'wah messages are effectively received by the younger generation.

**Keywords: Students' Perception, Digital Da'wah, Social Media, Digital Era**

## ص الملمخ

ببلاسا لوح بالطلا روصت: "ة لاسر لا ناوع، ٢٠٢٠، ٢٠٢٠، ٢٠٢٠ في وزان تري هدايت، رقم القيد: الدعوة في العصر الرقمي". قسم الاتصال والإعلام الإسلامي، كلية أصول الدين والآداب والدعوة، الجامعة الإسلامية الحكومية محموديون سدناكار. كيفية تصوّر الطلاب لأساليب الدعوة الإسلامية التي تُقدّم تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف وفهم من خلال الوسائط الرقمية. فقد تطوّر تكنولوجيا المعلومات طريقة أداء الدعوة من النهج التقليدي إلى النهج الرقمي الأكثر مرونة واتساعاً في الوصول. ويُعدّ الطلاب، بصفتهم جزءاً من الجيل الرقمي الذي دم وسائل التواصل الاجتماعي بنشاط، ليسوا فقط من مستهفي الدعوة، بل لهم أيضاً القدرة على استخراي كونوا دعاء عبر المنصات الرقمية الممتدة.

أعتمد في هذه الدراسة المنهج النوعي بأسلوب وصفي، وتم جمع البيانات من خلال مقابلات معمقة مع ي بجامعة محموديون سدناكار. وأظهرت النتائج أن طلاب قسم الاتصال والإعلام الإسلامي تصوّر الطلاب للدعوة الرقمية يتأثر بخبراتهم الرقمية، ومدى اهتمامهم بمحتوى الدعوة، والسياق الاجتماعي والثقافي المحيط بهم. ويرى بعض الطلاب أن الدعوة الرقمية تمثل ابتكاراً إيجابياً يتماشى مع تطورات أبدى آخرون مواقف نقدية تجاه مصداقية محتوى الدعوة المنتشر عبر الإنترنت. كما أن العصر، بينما الثقافة الإعلامية، وأسلوب التواصل، وخصائص المحتوى البصري للدعوة تُعدّ من العوامل المهمة في تشكيل تصوّرات الطلاب.

ة من قبل وتخلص الدراسة إلى أن أساليب الدعوة الرقمية تحظى بدور فعال متباين الطلاب، مما يستلزم اتباع منهجية أكثر تواصلاً وتعليمية، ومتوافقة مع خصائص الوسائط الحديثة، حتى تصل رسالة الدعوة بشكل أكثر فاعلية إلى الجيل الشاب.

**الكلمات المفتاحية: تصوّر الطلاب، الدعوة الرقمية، وسائل التواصل الاجتماعي، العصر الرقمي.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>المخلص .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Sub Fokus Penelitian .....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	9
F. Definisi Operasional .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori .....	12
1. Persepsi .....	12
2. Dakwah Digital .....	27
3. Era Digital.....	43
4. Media baru Sebagai Media Dakwah.....	44
5. Tujuan Dakwah.....	46
B. Penelitian yang Relevan .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Jenis Penelitian .....	51
B. Latar dan Waktu Penelitian .....	51
C. Subjek Penelitian .....	52
D. Instrumen Penelitian .....	53

E. Sumber Data .....	54
F. Teknik Pengumpulan Data .....	55
G. Teknik Analisis dan Interpretasi Data .....	58
H. Teknik Penjaminan Keabsahan Data .....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
A. Temuan Penelitian .....	61
1. Temuan Umum .....	61
2. Temuan Khusus.....	62
3. Identitas Responden .....	64
B. Pembahasan .....	71
1. Afektif Mahasiswa terhadap Efektivitas Metode Dakwah Digital dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Keislaman di Era Digital .....	71
2. Proses Kognitif Mahasiswa dalam Memahami, Menafsirkan, dan Menilai Konten Dakwah Digital Selain aspek afektif, .....	73
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Implikasi .....	77
C. Saran .....	78
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian .....	52
Tabel 4. 1 Data Mahasiswa KPI 2023 UIN Mahmud Yunus Batusangkar .....	63

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pertumbuhan pesat informasi dan teknologi di era digital telah berdampak besar pada banyak aspek kehidupan, termasuk dakwah Islam. (Aziz, 2004) Secara umum, dakwah adalah praktik menyeru, mengajak, dan memotivasi orang lain ke arah kebajikan yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Secara bahasa, dakwah berasal dari frasa “da’*a*-yad’*u*-da’*watan*” yang berarti mengajak, atau memanggil dan menghimbau pada sesuatu hal. Segi dakwah meliputi kegiatan yang mengarahkan manusia menuju kehidupan yang lebih baik, proses penyebaran ajaran Islam kepada masyarakat, dan upaya mengajak manusia ke jalan Allah (kebaikan).

Menurut Ali Mahfuzh, dakwah adalah perbuatan mengajak manusia untuk beramal shaleh, menaati perintah, dan menahan diri dari berbuat keburukan agar mendapat kepuasan baik di dunia maupun di akhirat. Melihat hal tersebut, jelas Ali Mahfuzh menekankan dakwah pada amalan yang menggugah umat untuk mengamalkan amar ma'ruf nahi munkar demi tercapainya tujuan hidup manusia, yaitu bahagia di dunia dan di akhirat.

Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi digital, memainkan peran yang sangat penting dalam ekosistem dakwah modern. Mereka tidak hanya menjadi sasaran dakwah (*mad'u*), tetapi juga dapat berperan aktif sebagai pelaku dakwah (*da'i*) melalui kanal digital yang mereka kuasai. Dalam hal ini, mahasiswa UIN Mahmud Yunus Batusangkar menjadi objek dakwah yang sangat strategis, karena selain memiliki latar belakang keislaman yang kuat, mereka juga merupakan bagian dari masyarakat akademik yang peka terhadap perkembangan teknologi.

Namun, persepsi mahasiswa terhadap metode dakwah digital sangat bervariasi. Sebagian mahasiswa memandang dakwah digital sebagai bentuk inovasi yang sesuai dengan kebutuhan zaman dan lebih mudah diakses. Sementara itu, sebagian lainnya merasa skeptis terhadap kebenaran dan

kedalaman pesan dakwah yang disampaikan secara daring, karena maraknya informasi yang tidak terverifikasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi yang perlu dikaji secara mendalam. Menggunakan pendekatan teori persepsi dari (Sudarsono, 2016) yang menekankan pada pentingnya atensi, pengalaman, serta konteks sosial dalam membentuk persepsi seseorang, maka penting untuk mengetahui bagaimana mahasiswa membentuk persepsi terhadap metode dakwah di era digital. Penelitian ini akan menggali bagaimana pengalaman digital, intensitas interaksi dengan konten dakwah online, serta pengaruh lingkungan sosial memengaruhi cara mahasiswa menilai efektivitas metode dakwah masa kini.

Salah satu dasar penting dalam menjalankan dakwah adalah firman Allah SWT dalam Al-Qur'an QS An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِأَلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ  
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : *“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”*.

Ayat ini menyoroti pentingnya memohon kebaikan dan dakwah yang saat ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, termasuk secara digital. Sebagai generasi milenial, mahasiswa sering melakukan interaksi online dan memiliki akses informasi yang luas. Mereka mampu membantu menyebarkan cita-cita Islam dengan menjadi pencipta sekaligus konsumen konten dakwah. Namun pendapat mahasiswa mengenai pendekatan dakwah digital ini sangat berbeda-beda. Meskipun sebagian mahasiswa mungkin meragukan kebenaran dan kualitas informasi yang diberikan, sebagian mahasiswa lainnya mungkin memandang dakwah digital sebagai metode pembelajaran Islam yang inventif dan menarik.

Meskipun demikian, terdapat banyak prospek hambatan yang harus diatasi. Tidak semua informasi yang beredar di media sosial benar atau sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Mahasiswa sering kesulitan membedakan antara informasi yang dapat diandalkan dan tidak akurat, yang dapat mengakibatkan penyebaran pengetahuan palsu. Hal ini sesuai dengan Hadist Nabi Muhammad SAW yang menghimbau agar kita berhati-hati dalam menyampaikan suatu informasi:

**كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ (رواه مسلم)**

*"Cukuplah seseorang dianggap sebagai pendusta jika ia menceritakan semua yang ia dengar"* (HR. Muslim).

Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi merupakan ciri khas di era digital. Gaya hidup, mentalitas, dan perilaku mahasiswa dipengaruhi oleh hal ini. Mahasiswa adalah generasi milenial yang berbeda dengan generasi sebelumnya, karena mereka cenderung lebih serba instan, memiliki gaya hidup yang lebih modern secara digital. (Surbakti, 2023) mengidentifikasi enam taktik dan pendekatan yang dapat diterapkan untuk mengkomunikasikan pesan dakwah secara efektif di ranah digital:

Penggunaan Media sosial telah menjadi salah satu platform paling efektif dalam menyebarkan dakwah Islam kepada khalayak luas. Dengan jumlah pengguna aktif yang mencapai jutaan orang setiap harinya, media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, hingga platform yang lebih baru seperti TikTok dan Telegram menyediakan ruang yang sangat luas untuk menjangkau berbagai kalangan, baik dari segi usia, latar belakang sosial, maupun geografis. Para pendakwah dapat membagikan konten yang menarik dan relevan secara visual maupun naratif. Konsistensi dalam mengunggah konten yang mendidik, menginspirasi, dan ringan namun bermakna menjadi kunci dalam menarik perhatian pengguna media sosial, khususnya kalangan generasi muda yang lebih tertarik pada pendekatan yang santai namun tetap substansial.

Konten yang Responsif dan Terkini Di era digital yang ditandai oleh arus informasi yang sangat cepat, konten dakwah harus dirancang agar responsif terhadap isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat. Kepekaan terhadap fenomena sosial, budaya, dan politik menjadi penting agar pesan dakwah dapat dikaitkan dengan konteks yang relevan dan aktual. Pendakwah perlu mempertimbangkan latar belakang sosial audiens dalam merumuskan pesan, sehingga nilai-nilai Islam dapat disampaikan dengan cara yang lebih membumi. Misalnya, dalam situasi bencana, bulan Ramadan, atau isu-isu viral di media sosial, pendakwah dapat menyisipkan ajaran Islam yang sesuai dengan momen tersebut, agar lebih mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat luas.

Penggunaan Format Multimedia Dakwah di era digital juga harus memanfaatkan keberagaman format media untuk menyampaikan pesan. Penggunaan video singkat, podcast, infografis, dan animasi menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan mudah diakses. Platform seperti YouTube, Instagram Reels, TikTok, dan Spotify menjadi ruang populer yang digemari oleh anak muda. Konten video yang disajikan secara ringkas, padat, dan disertai visual yang menarik lebih mudah dicerna dan dibagikan secara luas. Sementara itu, podcast menjadi alternatif yang banyak diminati karena dapat didengarkan secara fleksibel, kapan saja dan di mana saja. Strategi ini menjadikan dakwah lebih dinamis dan tidak monoton.

#### 1. Sinergi Antar Komunitas

Keberhasilan dakwah juga sangat dipengaruhi oleh kolaborasi yang baik antar individu, komunitas, maupun organisasi dakwah. Dengan menjalin sinergi antar berbagai elemen masyarakat, pesan dakwah dapat diperluas cakupannya dan lebih terstruktur dalam pelaksanaannya. Kolaborasi ini dapat diwujudkan dalam bentuk kegiatan bersama, pelatihan dakwah digital, kampanye keagamaan lintas platform, hingga pengelolaan akun media sosial bersama. Selain memperkuat jaringan dakwah, sinergi

ini juga menciptakan semangat kebersamaan dan memperkaya perspektif dalam menyampaikan pesan Islam kepada publik yang lebih luas.

Salah satu hal yang tidak boleh diabaikan dalam berdakwah adalah gaya penyampaian. Di tengah masyarakat yang semakin plural dan sensitif terhadap perbedaan pandangan, pendekatan yang lembut, damai, dan menenangkan sangat dibutuhkan. Penggunaan bahasa yang sederhana, akomodatif, dan ramah akan membuat pesan dakwah terasa dekat dan mudah diterima. Selain itu, penggunaan intonasi suara yang tenang, ekspresi wajah yang bersahabat, dan penghindaran terhadap ujaran provokatif atau konfrontatif merupakan langkah penting dalam menciptakan komunikasi dakwah yang inklusif dan menyejukkan hati. Pendekatan seperti ini bukan hanya efektif, tetapi juga mencerminkan akhlak mulia yang diajarkan oleh Rasulullah SAW dalam berdakwah.

Di era digital, da'i harus memiliki pemahaman menyeluruh baik tentang komunikasi maupun teknologi. Untuk meningkatkan standar dakwah, pelatihan penggunaan teknologi digital dan teknik komunikasi yang efisien sangatlah penting.

Menurut (Fadilah dkk, 2023) etimologinya, kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab dan berasal dari kata kerja “fi'il” yang terdiri dari kata “da'a” dan “yad'u” yang berarti “mengajak, atau memanggil.” Dakwah menurut Nasaruddin (Latif, 2018) adalah segala usaha atau kegiatan, baik yang dilakukan secara lisan maupun tertulis, yang bertujuan untuk mengajak dan memanggil orang lain untuk beriman dan menaati Allah SWT sesuai dengan akhlak Islam, syariah, dan prinsip keimanan. Dakwah menurut (Mahfuz, 1985) adalah mengajak manusia untuk beramal shaleh, mendorong mereka untuk mengikuti petunjuk, dan mengharamkan kejahatan agar mendatangkan kebahagiaan bagi mereka baik di dunia maupun di akhirat.

Teknik dakwah tentunya perlu beradaptasi dengan perkembangan tersebut agar berhasil mengkomunikasikan ajaran Islam kepada mahasiswa. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana

mahasiswa UIN Mahmud Yunus Batusangkar memandang strategi pengajaran Islam yang cocok untuk era digital modern.

Menurut (Latif, 2019) Gambaran Umum Fenomena Persepsi Mahasiswa tentang Metode Dakwah di Era Digital:

Persepsi mahasiswa terhadap dakwah di era digital mencerminkan bagaimana generasi muda saat ini memahami dan merespons pendekatan dakwah yang disampaikan melalui berbagai platform teknologi modern. Sebagai bagian dari generasi milenial yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan digital, mahasiswa memiliki akses yang sangat luas terhadap media sosial dan berbagai teknologi komunikasi. Hal ini secara langsung memengaruhi cara mereka dalam menerima, memahami, bahkan menyebarkan informasi yang berkaitan dengan ajaran Islam. Fenomena ini menunjukkan bahwa pandangan mahasiswa terhadap metode dakwah Islam di era digital tidak bisa dilepaskan dari kebiasaan mereka dalam berinteraksi dengan teknologi. Pengalaman digital yang intens membentuk cara berpikir mereka, termasuk dalam menilai efektivitas metode dakwah yang disampaikan secara online. Kesan-kesan yang ditangkap mahasiswa terhadap dakwah digital seringkali mencerminkan keterbukaan mereka terhadap inovasi, sekaligus menunjukkan kebutuhan akan pendekatan yang sesuai dengan karakter generasi mereka yang serba cepat, instan, dan visual.

Serta konteks dakwah digital, mahasiswa menunjukkan minat yang cukup besar dalam menggunakan media sosial sebagai sarana menyampaikan pesan-pesan keislaman. Berbagai platform digital seperti Facebook, Instagram, TikTok, hingga YouTube dimanfaatkan untuk menyebarkan konten dakwah yang dikemas secara menarik dan interaktif. Konten-konten seperti video pendek, infografis informatif, kutipan-kutipan religius yang visual, serta postingan yang bersifat edukatif menjadi pilihan utama karena mampu menjangkau audiens lebih luas dan sesuai dengan karakter media sosial yang dinamis. Keterlibatan mahasiswa dalam menciptakan dan membagikan konten dakwah tersebut menunjukkan

betapa pentingnya penggunaan kreativitas dalam merancang pesan dakwah agar dapat menarik perhatian dan minat pengguna, khususnya sesama mahasiswa. Dakwah tidak lagi dipahami sekadar sebagai penyampaian ceramah verbal, melainkan juga melalui pendekatan visual dan emosional yang menyentuh, yang dikemas dengan bahasa yang mudah dipahami dan gaya yang kekinian.

Meskipun dakwah digital menawarkan beragam kemudahan dan peluang besar dalam menjangkau audiens, namun tidak lepas dari sejumlah tantangan yang cukup kompleks. Salah satu tantangan yang kerap dihadapi adalah potensi kesalahpahaman atau distorsi terhadap ajaran Islam, yang bisa timbul akibat tersebarnya informasi keagamaan yang belum terverifikasi atau tidak bersumber dari otoritas yang kredibel. Maraknya konten keagamaan yang viral namun dangkal dari sisi substansi bisa menimbulkan kebingungan, bahkan kesesatan pemahaman di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Oleh karena itu, penting untuk memberikan edukasi kepada mahasiswa agar mampu bersikap kritis dalam menyikapi informasi keislaman di media sosial, serta memiliki kemampuan untuk memilah konten yang sah dan memahami konteks dari setiap pesan dakwah yang mereka terima. Di sisi lain, era digital juga membuka peluang besar bagi generasi muda untuk berperan aktif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam secara positif, asalkan konten yang disampaikan dibuat dengan pendekatan yang kontekstual, kekinian, dan sesuai dengan semangat zaman. Hal ini menuntut kolaborasi antara pendakwah, lembaga pendidikan, dan komunitas dakwah digital untuk menciptakan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga mendalam dan bertanggung jawab secara keilmuan.

Beberapa pemikiran yang dapat menjadi landasan untuk mengkaji permasalahan ini guna memahami bagaimana mahasiswa memandang teknik dakwah Islam di era digital, menurut (Latif, 2019):

Pentingnya interaksi interpersonal dalam proses komunikasi ditekankan oleh gagasan ini. Mahasiswa biasanya lebih terlibat dengan

konten interaktif seperti komentar, diskusi, dan berbagi pengalaman dalam hal dakwah digital. Hal ini menunjukkan bagaimana perspektif mereka dipengaruhi secara signifikan oleh penyampaian pesan dakwah yang interaktif.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan di atas maka fokus penelitian ini adalah Bagaimana bentuk “Persepsi Mahasiswa Tentang Metode Dakwah di Era Digital”.

## **C. Sub Fokus Penelitian**

Berdasarkan Latar Belakang Di atas, Sub Fokus penelitian yang diajukan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana afektif mahasiswa terhadap efektivitas metode dakwah digital dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman di era digital, khususnya melalui platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan lainnya.
2. Bagaimana proses kognitif mahasiswa dalam memahami, menafsirkan, dan menilai konten dakwah digital, dilihat dari pengalaman digital, literasi media, serta latar belakang sosial dan budaya yang memengaruhi cara pandang mereka terhadap isi dakwah tersebut.

## **D. Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan:

1. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana persepsi mahasiswa terhadap strategi dakwah Islam yang berhasil di era digital.
2. Untuk mengetahui metode dakwah yang digunakan di era digital.

## **E. Manfaat dan Luaran Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Berkontribusi secara akademis terhadap kemajuan keilmuan di bidang dakwah Islam, khususnya terkait dengan strategi dakwah yang efektif di era digital dan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang cara pandang mahasiswa terhadap strategi dakwah yang selaras dengan ciri-ciri generasi digital.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan studi di UIN Mahmud Yunus Batusangkar dan berguna untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1).

#### b. Bagi mahasiswa

Untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa tentang metode dakwah islam di era digital.

#### c. Bagi kampus

Diharapkan dapat dijadikan sebagai metode untuk melihat pandangan mahasiswa tentang metode dakwah islam di era digital.

## **F. Definisi Operasional**

Supaya tidak terjadi kesalahan dalam memahami judul skripsi ini, maka penulis akan menjelaskan istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini, sebagai berikut:

### 1. Persepsi

Persepsi adalah proses ketika seseorang menerima, menginterpretasi, dan memberi makna terhadap suatu rangsangan yang diterima melalui pancaindra. Proses ini tidak hanya bergantung pada stimulus fisik, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengalaman masa lalu, latar belakang, harapan, pengetahuan, serta kondisi psikologis individu. Menurut Philip Kotler, persepsi merupakan proses di

mana individu memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambaran bermakna. Hal ini sejalan dengan pendapat Rakhmat (2011), yang menjelaskan bahwa persepsi adalah hasil dari proses mental yang menyaring, mengolah, dan menafsirkan stimulus berdasarkan pengalaman individu sebelumnya. Persepsi seseorang terhadap suatu objek atau peristiwa, termasuk dakwah digital, terbentuk dari interaksi antara pengalaman inderawi dan kondisi sosial-budaya di sekitarnya. Oleh karena itu, pemahaman terhadap dakwah digital akan berbeda-beda tergantung pada latar belakang dan kapasitas interpretatif masing-masing individu.

## 2. Dakwah Digital

Dakwah digital adalah aktivitas menyampaikan ajaran Islam melalui media berbasis teknologi seperti media sosial, situs web, aplikasi, serta berbagai platform komunikasi daring lainnya. Dakwah ini merupakan bentuk adaptasi dari metode dakwah tradisional menuju cara yang lebih fleksibel, cepat, dan luas jangkauannya. Istilah "dakwah" secara etimologis berasal dari kata *da'a-yad'u* yang berarti menyeru atau memanggil (Rusyad, 2020). Dalam konteks modern, dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar atau majelis taklim, tetapi berkembang menjadi pesan kebaikan yang disampaikan melalui konten digital, baik berupa teks, gambar, video, maupun interaksi daring. Menurut Budiantoro (2018), penggunaan internet dan media sosial telah menggantikan peran media konvensional seperti radio dan televisi, menjadikan media digital sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan keislaman. Dakwah digital dinilai efektif karena mampu menyesuaikan dengan gaya hidup generasi milenial yang serba cepat dan instan. Ummah (2020) menambahkan bahwa dakwah digital juga menjadi media strategis untuk menjawab tantangan zaman, seperti membendung informasi negatif tentang Islam, membangun narasi damai, serta menjawab isu-isu kontemporer seputar pendidikan, budaya, hingga perempuan.

### 3. Era Digital

Era digital adalah suatu periode dalam peradaban modern di mana aktivitas manusia sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam era ini, hampir semua aspek kehidupan termasuk sosial, ekonomi, pendidikan, dan keagamaan berlangsung melalui perangkat digital seperti komputer, smartphone, dan internet. Menurut F. Abdullah (2019), era digital ditandai dengan kemudahan akses informasi secara cepat dan real-time, serta adanya pergeseran pola komunikasi dari tatap muka menuju komunikasi daring. Dalam konteks dakwah, era digital membuka peluang baru bagi para da'i untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada audiens yang lebih luas tanpa batas geografis. Namun, era ini juga menuntut para penyampai dakwah untuk memahami karakteristik media digital, seperti visualisasi yang menarik, kecepatan interaksi, serta kemampuan audiens dalam memilih dan memilah informasi. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah di era digital sangat tergantung pada sejauh mana pendekatan dan metode yang digunakan mampu menyesuaikan dengan karakteristik zaman yang cepat, instan, dan visual.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Persepsi**

###### **a. Pengertian Persepsi**

Persepsi menurut Desidereato dalam (Rakhmat, 2018) adalah suatu pengalaman mengenai sesuatu, perjalanan, atau hubungan yang diperoleh dengan menarik kesimpulan dan menguraikan pesan. Persepsi adalah proses dimana rangsangan sensorik memperoleh makna.

Menurut Bimo Walgito dalam (Ariyantara, 2016) penginderaan yaitu tindakan individu menerima suatu rangsangan melalui reseptornya terjadi sebelum persepsi. Slameto menegaskan bahwa “proses persepsi melibatkan pemasukan sinyal atau informasi ke dalam otak manusia”. “Persepsi adalah suatu proses ketika kita menyadari suatu benda atau kejadian di lingkungan sekitar melalui banyak indera kita seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan peraba,” menurut (Effendy, 2019)

“Persepsi adalah cara manusia menafsirkan dunia,” klaim Ihalauw Definisi yang luas ini memperjelas bahwa meskipun masyarakat mungkin menciptakan kepercayaan yang sama di antara anggota kelompok masyarakat tertentu, persepsi masing-masing individu akan berbeda-beda.

Persepsi diartikan sebagai “suatu tanggapan (penerimaan) yang segera terhadap sesuatu atau proses seseorang mempelajari berbagai hal melalui panca inderanya” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

Persepsi menurut Abdurrahman Saleh dalam (Makhsus, 2013) adalah suatu proses yang mengintegrasikan dan menyusun informasi dari indra kita (penginderaan) sehingga kita dapat menjadi sadar terhadap lingkungan sekitar kita. Persepsi menurut Sarlito W. Sarwono

dalam (Ariyantara, 2016) adalah kemampuan membedakan, mengelompokkan, memusatkan perhatian, dan sebagainya, yang kemudian diinterpretasikan.

Rita L. Atkinson menyatakan dalam (Ariyantara, 2016) persepsi adalah studi tentang bagaimana kita memasukkan sensasi ke dalam keluaran suatu objek persepsi dan kemudian memanfaatkan keluaran tersebut untuk mengidentifikasi dunia luar. Menurut Alex Sobur dalam (Ariyantara, 2016), persepsi merupakan landasan komunikasi, karena kita tidak dapat berhasil berkomunikasi jika persepsi kita salah. Persepsi atau tanggapan menurut M. Alisuf Sabri dalam (Makhsus, 2013) adalah segala sesuatu yang kita lihat atau alami, selalu meninggalkan jejak atau kesan dalam jiwa kita. Kekuatan kimiawi jiwa kita memungkinkan hal ini. Sebagai tanggapan, kita mampu meniru kesan atau jejak yang telah ditinggalkan pada kita.

Persepsi menurut Jalaludin Rakhmat dalam (Aslikudin, 2015) adalah pengalaman terhadap sesuatu, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menarik kesimpulan dan menguraikan pesan. Peneliti dapat memperoleh kesimpulan bahwa persepsi adalah kemampuan mempersepsikan suatu benda dengan cara melihat, mempelajari, dan mengevaluasi kesan dan penafsiran seseorang terhadap suatu benda tertentu berdasarkan pendapat para ahli tersebut di atas.

Proses pembuatannya dijelaskan dalam QS. Surat Al-Mukminun ayat 12–14 merupakan awal mula sejumlah proses dan fungsi persepsi dalam bahasa Al-Qur'an, khususnya:

وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ مِنْ سُلَالَةٍ مِّن طِينٍ ﴿١٢﴾ ثُمَّ جَعَلْنَاهُ نُطْفَةً فِي قَرَارٍ  
مَّكِينٍ ﴿١٣﴾ ثُمَّ خَلَقْنَا النُّطْفَةَ عَلَقَةً فَخَلَقْنَا الْعَلَقَةَ مُضْغَةً فَخَلَقْنَا  
الْمُضْغَةَ عِظْمًا فَكَسَوْنَا الْعِظْمَ لَحْمًا ثُمَّ أَنْشَأْنَاهُ خَلْقًا آخَرَ فَتَبَارَكَ  
اللَّهُ أَحْسَنُ الْخَالِقِينَ ﴿١٤﴾

Artinya: “Dan sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dari suatu saripati (berasal) dari tanah. Kemudian Kami jadikan saripati itu air mani (yang disimpan) dalam tempat yang kokoh (rahim). Kemudian air mani itu Kami jadikan segumpal darah, lalu segumpal darah itu Kami jadikan segumpal daging, dan segumpal daging itu Kami jadikan tulang belulang, lalu tulang-belulang itu Kami bungkus dengan daging. Kemudian Kami jadikan dia makhluk yang (berbentuk) lain. Maka Maha sucilah Allah, Pencipta Yang Paling Baik.”

Begitu juga halnya dalam QS. Al-An’am ayat 7 yaitu :

وَلَوْ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ كِتَابًا فِي قِرْطَاسٍ فَلَمَسُوهُ بِأَيْدِيهِمْ لَقَالِ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ هَذَا إِلَّا سِحْرٌ مُّبِينٌ ﴿٧﴾

Artinya: “Dan kalau Kami turunkan kepadamu tulisan di atas kertas, lalu mereka dapat menyentuhnya dengan tangan mereka sendiri, tentulah orang-orang kafir itu berkata: "Ini tidak lain hanyalah sihir yang nyata".

## b. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Menurut Rakhmad dalam Dameria (2016), persepsi dipengaruhi oleh beberapa aspek individu, antara lain:

### 1) Pengalaman

Pengalaman merupakan salah satu faktor dominan dalam membentuk persepsi seseorang. Pengalaman diartikan sebagai segala sesuatu yang pernah dialami secara langsung oleh individu dalam kehidupannya, baik itu pengalaman yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan. Pengalaman ini dapat diperoleh melalui berbagai cara, seperti pendidikan formal, pembelajaran nonformal, interaksi sosial, maupun peristiwa yang dialami dalam kehidupan sehari-hari.

Setiap individu memiliki latar belakang pengalaman yang berbeda-beda, dan hal ini akan memengaruhi cara mereka menilai dan merespons suatu situasi atau informasi. Misalnya, seseorang yang pernah terlibat aktif dalam kegiatan dakwah akan memiliki

persepsi yang lebih positif dan mendalam terhadap metode dakwah tertentu dibandingkan dengan orang yang belum pernah terlibat. Dengan demikian, pengalaman menjadi landasan awal bagi terbentuknya skema berpikir dan pola interpretasi seseorang terhadap objek persepsi.

## 2) Motivasi

Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri seseorang yang mengarahkan perhatian, sikap, dan tindakannya terhadap suatu objek atau tujuan tertentu. Setiap individu memiliki kebutuhan, keinginan, dan kepentingan yang berbeda-beda, sehingga mereka cenderung memilih untuk memperhatikan hal-hal yang dianggap relevan dan sesuai dengan tujuan pribadinya.

Orang akan lebih mudah menerima informasi atau merespons suatu pesan apabila hal tersebut memiliki nilai guna atau manfaat secara pribadi. Oleh karena itu, motivasi akan menentukan seberapa besar perhatian seseorang terhadap suatu stimulus, serta apakah ia akan menindaklanjutinya atau tidak. Dalam konteks dakwah, misalnya, mahasiswa yang termotivasi untuk memperdalam ilmu agama atau ingin berkontribusi dalam menyebarkan ajaran Islam akan lebih terbuka dan positif dalam memersepsikan metode dakwah yang digunakan, dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak memiliki motivasi tersebut.

## 3) Pengetahuan

Pengetahuan adalah bekal kognitif yang dimiliki seseorang dalam memahami dan menafsirkan suatu informasi. Tingkat pengetahuan seseorang baik yang diperoleh melalui pendidikan formal maupun melalui pengalaman dan pembelajaran informal akan memengaruhi kualitas persepsinya terhadap suatu objek.

Individu yang memiliki pengetahuan yang luas dan mendalam cenderung dapat menilai sesuatu dengan lebih rasional, objektif, dan kritis. Dalam hal ini, tingkat pendidikan sering kali

dijadikan sebagai indikator untuk mengukur sejauh mana seseorang memiliki pemahaman yang memadai terhadap suatu isu atau fenomena tertentu. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin luas pula wawasan dan cakupan informasi yang dimilikinya. Dengan demikian, pengetahuan berperan penting dalam membentuk persepsi yang lebih akurat dan kontekstual terhadap realitas yang dihadapi.

Menurut Bimo Walgito dalam (Ariyantara, 2016), persepsi dipengaruhi oleh beberapa aspek, seperti:

- 1) Unsur internal yaitu yang berkaitan dengan komponen psikis dan fisik.
- 2) Variabel eksternal, yaitu rangsangan lingkungan dan ciri pembeda yang menjadi latar bagi item-item yang merupakan satu kesatuan atau kesatuan yang tidak terpisahkan, seperti pengajar, strategi pembelajaran, sumber daya, prasarana dan sarana, lingkungan, dan teman.

Sementara itu, Irwanto dkk. dalam (Ariyantara, 2016) menyatakan bahwa unsur-unsur berikut mempengaruhi persepsi: pengalaman sebelumnya, kualitas stimulus, nilai dan kebutuhan individu, dan perhatian selektif.

(Sholihah, 2025) mengatakan bahwa unsur-unsur berikut mempengaruhi persepsi individu:

- 1) komponen internal mencakup berbagai aspek psikologis dan biologis yang melekat dalam diri seseorang. Komponen ini terdiri atas sentimen, sikap, dan kepribadian individu, yang membentuk pola pikir dan kecenderungan respons terhadap rangsangan tertentu. Selain itu, unsur-unsur seperti prasangka, harapan, dan keinginan juga sangat menentukan arah dan intensitas persepsi yang muncul. Proses pembelajaran sebelumnya, baik yang bersifat formal maupun informal, turut menjadi kerangka referensi dalam menafsirkan pengalaman baru. Kesehatan fisik dan mental seseorang juga

memegang peran penting, karena kondisi tubuh dan pikiran sangat memengaruhi ketajaman dan akurasi persepsi. Nilai-nilai hidup yang dianut, motivasi pribadi, serta minat terhadap suatu hal menjadi filter selektif yang mengarahkan perhatian seseorang hanya pada aspek-aspek tertentu dari lingkungannya. Semua elemen ini membentuk struktur kognitif dan afektif yang unik pada setiap individu.

- 2) Aspek eksternal juga memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk persepsi. Faktor-faktor eksternal ini meliputi riwayat keluarga yang membentuk latar sosial-budaya individu sejak kecil, serta informasi yang diperoleh dari lingkungan sekitar, baik melalui media, interaksi sosial, maupun pengalaman langsung. Persepsi juga dipengaruhi oleh kebutuhan dan pemahaman terhadap kondisi di sekelilingnya, termasuk bagaimana seseorang menyadari atau menginterpretasi situasi tertentu. Karakteristik stimulus seperti intensitas (kuat atau lemahnya rangsangan), ukuran, pengulangan gerakan, keberadaan hambatan, kebaruan suatu hal (apakah hal itu baru atau telah dikenal), serta tingkat keakraban atau keterasingan terhadap suatu objek turut menentukan bagaimana stimulus tersebut ditangkap dan diinterpretasikan. Semua komponen ini menjadi pendorong dalam proses seleksi dan penafsiran rangsangan dari lingkungan luar, sehingga menghasilkan persepsi yang khas pada setiap individu.

Dipisahkan menjadi sub-bagian yang lebih lugas menurut Prasetijo dalam (Arif, 2015), yaitu:

- 1) Faktor internal meliputi:
  - a) Pengalaman
  - b) Kebutuhan saat itu
  - c) Nilai-nilai yang di anut
  - d) Ekpektasi/pengharapan
- 2) Faktor eksternal meliputi:
  - a) Tampilan produk

b) Sifat-sifat stimulus

Hal itu juga diperkuat dengan pendapat Walgito dalam (Arif, 2015) menyatakan faktor persepsi antara lain: faktor yang mempengaruhi

**c. Objek yang dipersepsi**

Rangsangan dari suatu benda menyerang reseptor atau alat indera. Sumber rangsangan mungkin berasal dari luar orang yang menerimanya, namun bisa juga berasal dari dalam dan menyerang saraf penerima secara langsung, bertindak sebagai reseptor. Tahap pertama dalam membangun persepsi adalah menarik perhatian masyarakat. Persepsi tidak bisa ada tanpa perhatian. Orang-orang perlu fokus pada subjek yang ada. Orang tersebut menggunakan organ inderanya untuk memahami apa yang telah diberikan jika mereka memperhatikan.

1) Alat indera

Organ indera merupakan instrumen utama bagi manusia dalam menerima berbagai rangsangan dari lingkungan sekitar. Rangsangan ini dapat berupa cahaya, suara, bau, rasa, maupun sentuhan, tergantung pada jenis indera yang terlibat. Setiap organ indera memiliki reseptor khusus yang dirancang untuk menangkap jenis rangsangan tertentu. Setelah rangsangan diterima, sistem saraf sensorik berperan penting dalam menyampaikan informasi tersebut ke otak. Otak kemudian mengolah informasi ini sebagai bagian dari proses kesadaran, interpretasi, dan pengambilan keputusan. Dengan demikian, alat indera dan sistem saraf bekerja secara sinergis untuk membentuk persepsi manusia terhadap dunia di sekitarnya.

2) Perhatian

Perhatian merupakan langkah awal yang sangat penting dalam proses pembentukan persepsi. Tanpa adanya perhatian, rangsangan yang datang dari lingkungan tidak akan diolah secara sadar oleh individu. Perhatian memungkinkan seseorang untuk menyaring dan memilih informasi mana yang dianggap relevan atau

signifikan untuk diproses lebih lanjut oleh pikiran. Dengan memberikan perhatian terhadap suatu objek atau peristiwa, individu mulai menyadari keberadaannya dan secara bertahap membentuk persepsi terhadap hal tersebut. Oleh karena itu, perhatian berfungsi sebagai gerbang awal bagi masuknya informasi yang kemudian diinterpretasikan dalam proses persepsi.

#### **d. Aspek-aspek Persepsi**

Menurut McDowell & Newel dalam (Makhsus, 2013) terdapat unsur persepsi yang dapat dipengaruhi oleh proses persepsi, yaitu:

##### **1) Kognisi**

Komponen kognitif dalam persepsi merujuk pada kemampuan mental individu dalam berpikir, mengidentifikasi, serta menganalisis berbagai rangsangan yang diterima melalui panca indera. Proses ini berlangsung ketika seseorang berhadapan dengan berbagai stimulus dari lingkungan sekitar, baik melalui pengalaman langsung, observasi, maupun informasi yang diperoleh secara tidak langsung. Kognisi memungkinkan individu untuk memahami, menginterpretasikan, serta memberikan makna terhadap apa yang mereka lihat, dengar, rasakan, atau alami dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Hurlock, komponen kognitif ini tidak berdiri sendiri, melainkan berlandaskan pada sistem gagasan dan informasi yang telah tersimpan dalam memori individu. Pengetahuan yang telah dipelajari sebelumnya serta pengalaman hidup yang telah dilalui sangat memengaruhi cara seseorang menilai dan memaknai suatu peristiwa. Dengan kata lain, semakin kaya pengalaman dan informasi yang dimiliki seseorang, maka semakin kompleks dan mendalam pula proses kognitif yang berlangsung dalam membentuk persepsi. Oleh karena itu, aspek kognitif menjadi fondasi penting dalam memahami bagaimana persepsi terbentuk dan berkembang dalam diri setiap individu.

## 2) Afeksi

Komponen afeksi merupakan salah satu elemen penting yang memperkuat dan melengkapi komponen kognitif dalam proses pembentukan persepsi. Komponen ini berkaitan dengan aspek emosional dalam diri seseorang, yakni bagaimana ia merasakan, mengelola, dan mengekspresikan emosi sebagai respons terhadap rangsangan yang diterimanya. Emosi yang muncul tidaklah netral, melainkan sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi, norma sosial, serta pengalaman individu sebelumnya. Afeksi berperan dalam membentuk sikap seseorang terhadap suatu objek atau situasi, baik itu dalam bentuk perasaan positif seperti senang, tertarik, atau kagum, maupun perasaan negatif seperti kecewa, marah, atau takut. Cara individu merasakan suatu peristiwa sangat bergantung pada sistem nilai yang diyakininya, serta konteks sosial dan budaya tempat ia berada. Misalnya, dua orang yang menghadapi situasi yang sama bisa saja memberikan tanggapan emosional yang berbeda karena perbedaan nilai dan pengalaman hidup. Berdasarkan berbagai pendapat ahli yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa afeksi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari persepsi. Persepsi bukan hanya soal memikirkan dan mengidentifikasi rangsangan yang diterima oleh panca indera, tetapi juga bagaimana individu secara emosional mengalami dan mengungkapkan respons terhadap rangsangan tersebut. Maka dari itu, unsur afeksi sangat menentukan cara seseorang menilai, merespons, dan membentuk pandangan terhadap dunia di sekitarnya.

### **e. Proses Persepsi.**

Alex Sobur dalam (Arif, 2015) Membagi proses persepsi menjadi 3 tahap:

#### 1) Seleksi proses penyaringan oleh alat indera

Proses organ indera dalam menyaring masukan eksternal, yang dapat bervariasi dalam ukuran, jenis, dan kekuatan, dikenal sebagai

seleksi. Untuk menghemat perhatian selama proses seleksi, alat indera akan menyaring rangsangan atau data yang diterima manusia. Stimulus tersebut disaring dan dipilih untuk diproses lebih lanjut karena sulit untuk fokus pada setiap stimulus yang diterima. Pemilihan stimulus dipengaruhi oleh dua kategori faktor: pengaruh internal dan eksternal. Persyaratan psikologis, sejarah, pengalaman, kepribadian, sikap dan pandangan umum, serta penerimaan diri merupakan contoh elemen internal yang mempengaruhi pemilihan persepsi. Selain itu, seleksi persepsi dipengaruhi oleh elemen eksternal seperti intensitas, ukuran, kontras, gerakan, pengulangan, keakraban, dan kebaruan.

## 2) Interpretasi (Proses Pengorganisasian informasi)

Di sini interpretasi adalah proses mengatur data agar masuk akal bagi orang tertentu. Masukan yang masuk kemudian disusun menjadi bentuk-bentuk selama fase ini. Banyak elemen, termasuk pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dipilih, motivasi, kepribadian, dan IQ, semuanya berdampak pada interpretasi. Namun, kemampuan untuk mengklasifikasikan informasi yaitu proses menyaring informasi yang kompleks menjadi informasi yang lebih sederhana juga merupakan faktor penentu persepsi.

## 3) Reaksi

Reaksi adalah perilaku yang merupakan suatu tindakan yang berhubungan dengan materi yang diserap sebelumnya. Hal ini biasanya dilakukan ketika seseorang melakukan suatu tindakan yang mempengaruhi persepsinya. Misalnya saja, perilaku seseorang dipengaruhi oleh perasaan yang berkembang mengenai benar dan salah. Sebelum menghasilkan suatu tindakan, lingkaran persepsi tidaklah sempurna. Aktivitas ini mungkin terbuka atau tersembunyi. Tindakan terang-terangan merupakan kegiatan nyata sehubungan dengan pengamatan itu, sedangkan tindakan tersembunyi adalah pembentukan suatu sikap atau pendapat. Pembentukan kesan adalah

salah satu topik yang menarik minat sehubungan dengan tindakan terselubung.

#### **f. Sifat Persepsi**

Ada beberapa hal yang perlu kita ketahui mengenai persoalan perspektif ini, Menurut Mulyana dalam (Arif, 2015)

##### 1) Persepsi berdasarkan pengalaman

Salah satu fondasi utama dalam pembentukan persepsi seseorang adalah pengalaman yang dimilikinya di masa lalu. Pengalaman ini berfungsi sebagai acuan dalam memaknai dan menafsirkan berbagai objek, peristiwa, atau situasi yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Ketika seseorang berinteraksi dengan lingkungan sosialnya, baik melalui pembelajaran formal maupun pengalaman personal, ia membentuk kerangka berpikir dan struktur memori yang akan menjadi dasar dalam merespons berbagai stimulus yang datang dari luar dirinya. Kerangka berpikir inilah yang kemudian menjadi lensa atau sudut pandang dalam memahami dunia. Sebagai contoh, seseorang yang belum pernah berinteraksi langsung dengan suatu fenomena baru cenderung menilai atau menanggapi fenomena tersebut berdasarkan interpretasi yang dibentuk dari pengalaman-pengalaman yang dianggap serupa. Penilaian ini bisa berasal dari pengalaman orang lain yang pernah didengar, dari tayangan media, atau dari gambaran imajinatif yang dibangun melalui asosiasi dengan hal-hal yang telah dikenalnya. Hal ini menjelaskan bahwa persepsi bukanlah proses yang berdiri sendiri, melainkan sangat bergantung pada akumulasi pengalaman yang membentuk referensi internal seseorang. Dengan demikian, persepsi dapat dikatakan sebagai cerminan dari pengalaman hidup individu yang terus berkembang seiring waktu. Semakin luas dan beragam pengalaman seseorang, maka semakin kompleks pula cara ia memaknai suatu hal. Oleh karena itu, dalam konteks komunikasi atau penyampaian pesan termasuk dalam dakwah digital pemahaman

terhadap latar belakang pengalaman audiens sangat penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dimaknai secara tepat.

## 2) Persepsi bersifat selektif

Persepsi manusia tidak terbentuk secara serampangan atau pasif, melainkan melalui suatu proses penyaringan yang sangat selektif. Hal ini terjadi karena kemampuan inderawi manusia memiliki batasan dalam menangkap seluruh rangsangan atau stimulus yang datang dari lingkungan sekitar secara bersamaan. Lingkungan menyajikan berbagai macam informasi dalam satu waktu, namun hanya sebagian kecil saja yang benar-benar ditangkap dan diproses oleh pikiran manusia. Oleh karena itu, individu secara alami akan memilah dan memilih informasi mana yang dianggap penting, relevan, atau memiliki keterkaitan langsung dengan kondisi internal mereka. Proses pemilahan ini disebut sebagai perhatian selektif, yaitu kemampuan seseorang untuk secara sadar maupun tidak sadar memfokuskan perhatian pada stimulus tertentu, sekaligus mengabaikan stimulus lainnya yang dianggap kurang signifikan. Pilihan ini biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kepentingan pribadi, pengalaman masa lalu, harapan, nilai-nilai yang dianut, serta kondisi emosional dan psikologis saat menerima informasi tersebut. Dengan demikian, persepsi bersifat sangat subjektif dan personal. Dua individu yang berada dalam satu situasi yang sama belum tentu memiliki persepsi yang sama terhadap situasi tersebut. Perbedaan ini timbul karena masing-masing individu memiliki latar belakang pengalaman, kebutuhan, minat, dan fokus perhatian yang berbeda. Misalnya, seseorang yang memiliki minat dalam bidang dakwah digital akan lebih peka terhadap konten-konten keislaman di media sosial, dibandingkan individu lain yang tidak memiliki kepedulian terhadap isu tersebut. Oleh karena itu, dalam konteks komunikasi, termasuk komunikasi dakwah, penting bagi komunikator atau da'i untuk memahami bahwa audiens tidak

menerima semua pesan secara utuh. Hanya pesan-pesan yang dianggap relevan oleh audienslah yang kemungkinan besar akan diproses dan membentuk persepsi yang diinginkan. Ini menjadi tantangan tersendiri bagi para penyampai pesan agar mampu menyusun materi dakwah yang sesuai dengan kebutuhan, minat, dan kondisi psikologis objek dakwahnya.

### 3) Persepsi bersifat dugaan

Persepsi pada dasarnya bukanlah cerminan langsung dari realitas objektif, melainkan suatu bentuk interpretasi yang bersifat inferensial atau dugaan. Hal ini terjadi karena informasi yang diterima oleh indera manusia dalam situasi apa pun hampir tidak pernah lengkap, menyeluruh, atau sempurna. Setiap stimulus yang masuk ke dalam sistem inderawi manusia akan melalui proses penyaringan dan penafsiran oleh otak, yang pada gilirannya membentuk suatu pemahaman berdasarkan potongan-potongan informasi yang tersedia. Dalam banyak kasus, informasi tersebut bersifat terbatas, parsial, bahkan samar. Dalam situasi seperti itu, otak manusia memiliki kecenderungan alami untuk mengisi kekosongan informasi tersebut dengan asumsi, prediksi, atau dugaan yang berasal dari pengalaman masa lalu, intuisi, atau harapan pribadi. Proses ini menyerupai aktivitas menebak—meskipun secara kognitif kompleks—di mana individu menyimpulkan makna dari petunjuk-petunjuk yang belum tentu akurat atau lengkap. Oleh karena itu, persepsi sangat dipengaruhi oleh subjektivitas, dan hasil akhirnya belum tentu selaras dengan kenyataan objektif di luar diri individu. Misalnya, ketika seseorang melihat ekspresi wajah orang lain yang tampak datar, ia mungkin menafsirkan bahwa orang tersebut sedang marah, kecewa, atau tidak tertarik—padahal kenyataannya bisa saja orang tersebut sedang lelah atau sedang dalam kondisi netral. Dalam konteks ini, kesimpulan yang terbentuk tidak selalu berdasarkan fakta yang lengkap, tetapi lebih kepada

penilaian personal yang dibentuk oleh kerangka berpikir yang sudah ada sebelumnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa persepsi sangat rentan terhadap kesalahan atau bias. Dalam komunikasi dakwah, hal ini menjadi penting untuk dipahami, karena audiens bisa saja menafsirkan pesan yang disampaikan secara berbeda dari yang dimaksudkan oleh da'i. Jika pesan disampaikan dengan ambigu atau tanpa konteks yang memadai, maka kemungkinan besar audiens akan mengisi kekosongan informasi tersebut dengan asumsi mereka sendiri. Oleh karena itu, kejelasan, konsistensi, dan pemahaman terhadap latar belakang audiens menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi yang mendekati kebenaran dan menghindari kesalahpahaman.

#### 4) Persepsi bersifat evaluative

Persepsi tidak hanya merupakan proses penangkapan informasi, tetapi juga melibatkan penilaian (evaluasi) terhadap informasi tersebut. Sifat evaluatif dalam persepsi menunjukkan bahwa seseorang tidak menafsirkan objek, peristiwa, atau situasi secara netral dan bebas nilai. Sebaliknya, interpretasi seseorang sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi, minat, sikap, serta pengalaman hidup yang telah ia alami sebelumnya. Dengan kata lain, persepsi tidak pernah sepenuhnya objektif, melainkan selalu dipenuhi dengan muatan subjektif yang bersumber dari struktur internal individu. Ketika seseorang menerima stimulus dari lingkungan, proses persepsi tidak berhenti pada pengenalan atau pengamatan belaka, melainkan berlanjut pada tahap penilaian. Pada tahap ini, individu memberikan makna terhadap stimulus yang diterima berdasarkan kerangka berpikir yang telah terbentuk dalam dirinya. Kerangka ini mencakup sistem kepercayaan, orientasi nilai, preferensi emosional, serta pandangan hidup secara keseluruhan. Sebagai contoh, dua orang yang menyaksikan konten dakwah digital yang sama dapat memberikan penilaian yang berbeda—satu

menganggapnya menarik dan inspiratif, sementara yang lain mungkin menilainya kurang relevan atau bahkan membosankan. Perbedaan ini timbul karena masing-masing membawa sudut pandang dan pengalaman hidup yang berbeda pula. Sifat evaluatif ini menjadikan persepsi sebagai proses yang sangat pribadi dan tidak bisa disamaratakan antarindividu. Oleh karena itu, dalam konteks komunikasi, khususnya komunikasi dakwah digital, penting bagi para da'i atau komunikator untuk memahami bahwa audiens tidak hanya sekadar menyerap informasi, tetapi juga menilainya. Maka, isi pesan, gaya penyampaian, serta konteks sosial yang menyertainya perlu dirancang dengan memperhatikan nilai-nilai dan latar belakang audiens yang dituju. Dengan memahami sifat evaluatif dari persepsi ini, seorang komunikator dapat lebih bijak dalam menyusun strategi penyampaian pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga menyentuh aspek nilai dan emosi audiens. Hal ini penting agar pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima secara lebih utuh dan bermakna sesuai dengan harapan penyampainya.

#### 5) Persepsi bersifat kontekstual

Persepsi tidak terbentuk dalam ruang hampa, melainkan selalu terjadi dalam konteks tertentu yang mencakup dimensi fisik, sosial, budaya, waktu, bahkan suasana batin seseorang. Sifat kontekstual dari persepsi menunjukkan bahwa bagaimana seseorang menangkap dan menafsirkan suatu objek atau peristiwa sangat bergantung pada lingkungan tempat persepsi itu berlangsung. Konteks tersebut menjadi kerangka acuan yang membantu individu dalam menyusun ekspektasi, menyeleksi informasi yang relevan, serta menyusun makna berdasarkan apa yang mereka alami saat itu. Faktor-faktor seperti kondisi lingkungan sekitar, norma sosial yang berlaku, nilai-nilai budaya yang dianut, serta situasi emosional pribadi pada saat mengamati suatu fenomena, semuanya berperan aktif dalam membentuk persepsi. Sebagai contoh, tindakan menyampaikan kritik

dapat dipersepsi sebagai hal yang konstruktif jika terjadi dalam forum akademik yang terbuka, namun bisa juga dianggap tidak sopan jika dilakukan dalam lingkungan yang menjunjung tinggi hierarki atau norma kesantunan yang ketat. Ini menunjukkan bahwa tindakan atau objek yang sama bisa dimaknai secara berbeda, tergantung pada konteks di mana ia muncul. Konteks juga menentukan bagaimana struktur kognitif individu bekerja dalam memproses informasi. Seseorang tidak hanya mengandalkan data yang ia tangkap secara sensorik, tetapi juga mengaitkannya dengan kondisi yang sedang berlangsung. Misalnya, mahasiswa yang menonton ceramah dakwah digital di waktu luang dan dalam suasana tenang mungkin akan lebih mampu memahami isi pesan dan memberikan penilaian positif, dibandingkan ketika ia menontonnya dalam situasi yang tergesa atau penuh distraksi. Dalam komunikasi dakwah digital, kesadaran terhadap konteks menjadi sangat penting. Da'i harus mempertimbangkan faktor situasional yang melingkupi audiensnya, seperti platform yang digunakan, waktu publikasi konten, serta latar sosial budaya target audiens. Pesan dakwah yang disampaikan tanpa memperhatikan konteks cenderung mengalami distorsi makna atau bahkan penolakan dari audiens. Sebaliknya, ketika konteks dipahami dan dimanfaatkan secara tepat, maka persepsi audiens akan lebih mudah dibentuk ke arah yang diinginkan. Oleh karena itu, persepsi sebagai proses kognitif tidak bisa dilepaskan dari ruang dan waktu tempat ia terbentuk. Setiap upaya komunikasi yang ingin mencapai efektivitas harus mempertimbangkan dimensi kontekstual ini sebagai bagian integral dalam perancangan pesan dan strategi penyampaiannya.

## **2. Dakwah Digital**

Dakwah secara bahasa berasal dari kata da'a - yad'u, yang artinya memanggil atau menyeru. Dakwah yang berarti panggilan atau seruan merupakan bentuk abstrak dari kata kerja da'a. Orang yang melaksanakan

aktifitas dakwah disebut da'i, keduanya merupakan bentuk jamak dari kata du'at yang berarti penyeru (Rusyd, 2020). Istilah "*dakwah*" memiliki beragam konotasi, para ahli di bidangnya memberikan penjelasan konsep yang berbeda-beda berdasarkan sudut pandang mereka. Dakwah dalam pandangan Ahmad Ghusuli adalah segala kegiatan atau ucapan yang membujuk orang untuk masuk Islam. Dengan melihatnya sebagai ilmu dan seni tablighul Islam, maka dakwah adalah kegiatan menyampaikan dan menyebarkan nilai-nilai Islam, disertai dengan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan nyata (Rusyd, 2020).

Syekh Muhammad Al-Khadir Husain menjelaskan arti dakwah yaitu usaha untuk menyadarkan manusia agar berakhlak, mengikuti jalan yang benar, mengamalkan perbuatan baik dan mencegah perbuatan buruk untuk mencapai kesuksesan dan kebahagiaan dalam kehidupan ini maupun kehidupan selanjutnya. Menurut Toha Yahya Omar, M.A. mendefinisikan dakwah sebagai aktifitas mengajak orang lain menuju ke jalan yang diridhoi Allah SWT untuk mencapai kebahagiaan dalam kehidupan ini maupun kehidupan berikutnya (Ali, 2004). Menurut Al-Qur'an dan Hadits, dakwah secara umum adalah himbuan atau ajakan untuk berbuat kebaikan yang berupaya membawa perubahan positif dalam diri seseorang. Namun, dalam pelaksanaannya dakwah merupakan aktifitas menyampaikan pesan-pesan Islam yang signifikan dan secara langsung mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap nilai-nilai tersebut dalam kehidupan (Ilahi, 2010).

Para da'i harus merubah metode dakwah yang mereka gunakan di era digital. Saat ini keadaan dimana media berbasis internet menjadi satu-satunya hal yang menarik perhatian masyarakat umum (Budiantoro, 2018). Praktik penyebaran berita melalui media konvensional seperti koran, TV, dan radio sudah mulai menurun. Sebaliknya, mereka kini lebih banyak menggunakan media digital untuk menyebarkan dakwah kepada masyarakat (Sulaeman, 2020). Ketika kegiatan dakwah melibatkan media sosial maka disebut dengan "dakwah digital". Sesuai dengan kebutuhan

khalayak masa kini khususnya generasi milenial, dimana respon yang cepat dan kemampuan yang dapat dimanfaatkan kapanpun dan dimanapun. Penggabungan cita-cita dan konsep Islam secara komprehensif, dakwah digital yang lengkap mampu menjawab keprihatinan dunia nyata yang sedang terjadi, seperti terkait dengan pendidikan, perempuan, globalisasi, ekonomi, dan kebudayaan (Ummah, 2020).

Selain berbasis teks, dakwah juga bersifat dinamis dan berubah seiring perkembangan zaman. Islam mempunyai kesempatan dalam melawan pengaruh budaya barat dengan tujuan untuk menanamkan ide dan ideologi Islam. Terhapusnya citra buruk terhadap Islam menjadikannya mampu bertahan dan dapat menciptakan ketenangan dalam masyarakat global. Informasi buruk tentang Islam di media internasional menjadikan Islam dipandang negatif dan lebih jauhnya dianggap sebagai gerakan teroris, Islamofobia yang menimbulkan prasangka dan ketakutan terhadap umat Islam disebabkan oleh hal tersebut. (Budiantoro, 2018). Menurut Wahid (2004) dakwah melalui internet dinilai penting, ada tiga alasan yang mendasarinya, antara lain:

- a. Ajaran Islam saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, tidak hanya dalam hal jumlah pemeluk, tetapi juga dalam hal penyebaran nilai-nilainya ke berbagai belahan dunia. Proses penyebaran ini tidak lepas dari peran teknologi modern, terutama internet, yang menjadi sarana efektif dalam menjangkau masyarakat global. Melalui internet, ajaran Islam dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja, tanpa dibatasi oleh batas geografis atau waktu. Hal ini membuka peluang besar bagi umat Islam untuk menyebarkan dakwah secara lebih luas dan interaktif, baik dalam bentuk tulisan, video, ceramah, podcast, hingga diskusi daring di berbagai platform media sosial. Selain itu, internet juga memfasilitasi terbentuknya jaringan komunikasi antarumat Islam di seluruh penjuru dunia, memperkuat ukhuwah Islamiyah (persaudaraan sesama muslim), serta memungkinkan kolaborasi dalam berbagai kegiatan keislaman lintas

negara. Dengan demikian, internet tidak hanya menjadi alat penyebaran dakwah, tetapi juga sarana penguat identitas dan solidaritas umat Islam dalam skala global..

- b. Memperbaiki citra Islam yang selama ini kerap disalahpahami atau dipersepsikan secara negatif akibat pemberitaan yang tidak benar, terutama dari oknum-oknum yang memiliki kebencian terhadap Islam. Dalam hal ini, internet menjadi sarana yang sangat efektif untuk meluruskan informasi yang keliru tersebut. Melalui berbagai platform digital, umat Islam dapat menyebarkan informasi yang benar, akurat, dan objektif mengenai ajaran Islam, sehingga citra Islam yang selama ini tercemar dapat diperbaiki dan masyarakat luas memperoleh pemahaman yang lebih tepat tentang Islam.
- c. Penggunaan internet sebagai media dakwah menunjukkan bahwa umat Islam mampu beradaptasi dan mengikuti perkembangan zaman yang terus berubah. Hal ini membuktikan bahwa dakwah Islam tidak terpaku pada cara-cara konvensional semata, tetapi juga dapat memanfaatkan teknologi modern sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman secara lebih luas, cepat, dan efisien. Dengan demikian, dakwah Islam tetap relevan dan dapat menjangkau generasi masa kini yang akrab dengan dunia digital.

**a. Unsur- unsur Dakwah Digital**

Pelaksanaan dakwah mempunyai beberapa unsur yang saling terhubung, unsur-unsur dakwah meliputi

1) Subjek Dakwah (Da'i/Pelaku Dakwah)

Subjek dakwah merupakan individu atau kelompok yang menjalankan peran sebagai penyampai pesan-pesan keislaman. Dalam istilah dakwah, pelaku ini disebut sebagai da'i. Seorang da'i harus memiliki pemahaman mendalam mengenai ajaran Islam serta strategi penyampaian pesan yang efektif. Dalam konteks dakwah digital, subjek dakwah tidak hanya terbatas pada ustaz atau tokoh agama, tetapi juga mencakup para konten kreator yang secara sadar

menyebarkan nilai-nilai keislaman melalui berbagai platform media sosial. Konten kreator digital menjadi aktor kunci dalam proses penyebaran pesan dakwah melalui media visual, audio, maupun teks. Mereka menyampaikan nilai-nilai Islam melalui video, gambar, maupun caption di media seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan platform lainnya. Dalam hal ini, konten dakwah yang diproduksi menjadi bagian dari tanggung jawab keagamaan sekaligus sosial seorang da'i digital (AB, 2016).

## 2) Objek Dakwah (Mad'u)

Objek dakwah atau biasa disebut mad'u adalah pihak yang menjadi sasaran atau penerima pesan dakwah. Mad'u mencakup berbagai lapisan masyarakat tanpa memandang usia, jenis kelamin, pekerjaan, maupun status sosial. Dalam dakwah digital, cakupan objek dakwah menjadi sangat luas, karena mencakup seluruh pengguna aktif internet. Mad'u pada dakwah digital dikenal dengan sebutan follower, subscriber, viewers, maupun netizen. Interaksi antara subjek dan objek dakwah bersifat dua arah, karena dalam ruang digital, mad'u dapat memberikan umpan balik, komentar, dan membagikan ulang konten dakwah yang mereka anggap bermanfaat. Keterlibatan aktif ini menunjukkan bahwa mad'u tidak lagi hanya sebagai penerima pasif, tetapi juga turut berperan dalam menyebarkan dakwah (Indra Gamayanto, 2017).

## 3) Materi Dakwah (Maddah)

Materi dakwah merupakan isi atau kandungan pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Materi ini mencakup seluruh ajaran Islam, baik yang bersifat akidah, syariah, maupun akhlak. Dalam menyusun materi dakwah, seorang da'i harus mempertimbangkan karakteristik mad'u agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik. Misalnya, ketika sasaran dakwah adalah remaja, maka materi sebaiknya dikemas dengan bahasa yang ringan, relevan, dan kontekstual.

Dalam era digital, materi dakwah juga harus disesuaikan dengan pola konsumsi informasi digital, yaitu singkat, menarik secara visual, dan mudah diakses. Dengan demikian, da'i perlu mengembangkan kreativitas dalam menyampaikan materi melalui berbagai format konten digital, seperti infografis, video pendek, atau thread di media sosial (AB, 2016).

#### 4) Metode Dakwah (Thariqah)

Metode dakwah adalah cara atau pendekatan yang digunakan oleh da'i untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Pemilihan metode sangat menentukan efektivitas dakwah. Terdapat tiga metode utama dalam dakwah, yakni metode hikmah, al-maw'izah hasanah, dan al-mujadalah. Metode Hikmah: Merupakan pendekatan dakwah yang mengedepankan kebijaksanaan. Menurut Al-Maraghi, hikmah adalah pernyataan yang disertai dalil dari Al-Qur'an dan Hadis yang menguraikan kebenaran. Dakwah dengan metode ini dilakukan dengan cara yang lembut, santun, dan tidak menyinggung perasaan mad'u. Da'i harus peka terhadap kondisi psikologis dan sosial mad'unya. Metode Al-Maw'izah Hasanah: Digunakan untuk menyampaikan dakwah kepada kalangan awam dengan pendekatan yang penuh nasihat, ajakan moral, dan keteladanan. Penyampaian dilakukan dengan tutur kata yang halus dan persuasif. Tujuannya adalah menyentuh hati mad'u agar mereka terdorong untuk mengamalkan nilai-nilai yang disampaikan. Metode Al-Mujadalah: Berasal dari kata "jadala" yang berarti diskusi atau debat. Metode ini digunakan ketika menghadapi mad'u yang memiliki pola pikir kritis atau berseberangan, namun pendekatannya harus tetap mengedepankan etika, tidak mengandung permusuhan, dan menghindari pertikaian. Tujuannya bukan untuk menang, tetapi mencari kebenaran bersama (Ishaq, 2016).

#### 5) Media Dakwah (Wasilah)

Media dakwah merupakan sarana yang digunakan da'i untuk menyampaikan pesan dakwah. Istilah "media" berasal dari bahasa Latin medium, yang berarti perantara. Dalam konteks modern, media dakwah dapat berupa media massa konvensional maupun media digital. Menurut Aminuddin Sanwar dalam Abdul Karim (2016), media dakwah terbagi ke dalam enam kategori: Media Lisan: Dakwah dilakukan secara langsung melalui komunikasi verbal, seperti ceramah, khutbah, atau melalui radio dan televisi. Media Tulis: Penyampaian dakwah melalui tulisan seperti artikel, jurnal, buku, pamflet, maupun media cetak lainnya. Media Visual: Menggunakan sarana yang dapat dilihat, seperti lukisan, kaligrafi, poster dakwah, dan sebagainya. Media Suara: Penyampaian pesan melalui suara, misalnya dalam bentuk rekaman ceramah atau podcast. Media Audio Visual: Merupakan kombinasi antara suara dan gambar, seperti video dakwah di YouTube atau film pendek bertema keislaman. Media Keteladanan: Bentuk dakwah yang disampaikan melalui perilaku nyata sehari-hari seorang da'i, yang dapat menjadi contoh baik bagi mad'u.

#### 6) Efek Dakwah (Atsar) Efek dakwah

merujuk pada perubahan yang terjadi pada mad'u setelah menerima pesan dakwah. Efek ini dapat dibagi menjadi tiga kategori, yakni: Efek Kognitif: Berkaitan dengan peningkatan pengetahuan, wawasan, dan kesadaran mad'u terhadap ajaran Islam. Efek Afektif: Menyangkut perubahan sikap, perasaan, dan nilai-nilai yang diyakini oleh mad'u setelah terpapar pesan dakwah. Efek Perilaku (Behavioral): Terjadi ketika mad'u menunjukkan perubahan dalam tindakan nyata, seperti mulai rajin beribadah, meninggalkan perilaku negatif, atau berkontribusi dalam kegiatan sosial keagamaan (Abdullah, 2019). Melalui keenam unsur tersebut, dakwah digital tidak hanya menjadi aktivitas komunikasi keagamaan, tetapi juga

merupakan proses transformasi sosial yang menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat digital. Maka, efektivitas dakwah di era digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan da'i dalam mengelola unsur-unsur dakwah ini secara integratif dan kontekstual.

#### **b. Metode Dakwah**

Menurut bahasa metode, kata “metode” berasal dari kata Yunani “methodos”, yang merupakan gabungan dari kata “meta” (melalui) dan “hodos” (jalan). Dalam bahasa Inggris, “metode” berarti “cara”. (Echols, J. M., & Shadily, 2000) Dalam bahasa Arab, “metode” disebut “thariq”, sedangkan dalam bahasa Jerman, “methodicay” berarti “cara”. (Saputra, 2012) Menurut definisi ilmiah umum, metode juga merupakan pendekatan metodis dan terstruktur untuk melakukan sesuatu atau berfungsi. (Partanto, P., & Al-Barry, 1994). Sementara itu, jalan yang kita ambil untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan mendefinisikan metode dalam istilah metode. Jika strategi yang tepat tidak diterapkan, banyak organisasi akan gagal atau tidak akan mendapatkan hasil terbaik. (Bertens, 2005) Istilah "metode" juga dapat merujuk pada strategi atau pendekatan yang digunakan selama penyelidikan. (Mardalis, 1995) metode adalah suatu rangkaian tindakan yang harus dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. (Munir, M, 2009) Secara ringkas, metode adalah suatu strategi yang disusun melalui suatu proses pemikiran untuk mencapai suatu tujuan atau sasaran.

Islam merupakan agama yang ajarannya memberikan pedoman bagi setiap individu manusia agar menjadi manusia yang berkualitas, beradab, dan lurus akhlak sehingga mampu menciptakan peradaban cangih yang pada akhirnya menjadi pedoman hidup berkeadilan. Tatanan yang manusiawi dalam arti keberadaan yang adil, berwawasan ke depan, tanpa bahaya, penindasan, dan kekhawatiran lainnya. (M. A. Aziz, 2004).

Ungkapan “dakwah” terlihat familiar bahkan banyak digunakan di masyarakat saat ini. Namun saat ini kita sering menjumpai kenyataan bahwa sebagian besar orang hanya menggambarkan dakwah sebagai pengajian, ceramah, khotbah, atau mimbar, seperti yang dilakukan oleh para ustadz, atau khatib. Dakwah sering kali dipahami hanya sebagai khotbah dalam arti yang paling sempit. Sekalipun kesalahan ini telah dinyatakan berkali-kali, namun tetap mempunyai makna bila dipraktikkan. (Hafidhuddin, 1998).

Kita akan menyadari bahwa dakwah sesungguhnya mempunyai tempat yang penting, strategis, dan menentukan jika kita memperhatikan Al-Quran dan Sunnah. Upaya dakwah yang dilakukan terhadap umatnya berperan besar dalam menentukan keindahan dan penerapan Islam pada zaman, baik secara historis maupun praktis. Dakwah Islam pada hakikatnya adalah aktualisasi keimanan yang diwujudkan dalam suatu sistem aktivitas manusia yang bermotif keagamaan yang sering dilakukan dalam lingkup sosial untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, perilaku, dan tindakan kita.

Oleh karena itu, perlu dikemukakan kembali pengertian istilah dakwah. Dakwah, yang secara harfiah berarti “panggilan”, “susitasi”, dan “undangan”, merupakan masdar dari fi’il da’a.

Allah SWT berfirman dalam Q.S An-Nahl ayat 125 yang berbunyi :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَدِلْهُمْ بِلَاغٍ  
هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ

بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”

Berdasarkan surat An-Nahl ayat 125 di atas telah memberikan pedoman tentang metode dakwah yang harus dilakukan antara lain sebagai berikut:

1) *Al-Hikmah*

Al-Hikmah mencakup gagasan-gagasan seperti kenabian (an-nubuwwah), ilmu (al-'ilm), ketabahan (al-Hilm), keadilan (al-adl), dan kebenaran (al-Haq). Hikmah, menurut Prof. Toha Yahya Umar, M.A., adalah menempatkan segala sesuatu pada tempatnya dengan memikirkan segala sesuatunya secara matang dan membuat pengaturan yang sesuai dengan perkembangan zaman tanpa bertentangan dengan perintah Tuhan. Sedangkan al-hikmah diartikan sebagai pernyataan yang pasti dan benar, menurut Syekh Jamakhsari dalam kitabnya Al-Kasyaf yang dikutip Wahidin Saputra. Semua strategi dakwah, termasuk strategi wacana akal (hikmat al-qoul), didasarkan pada hikmah.

Menurut keyakinan para ulama tersebut, al-hikmah adalah kemampuan dan ketelitian da'i dalam memilih, mengklasifikasikan, dan memodifikasi metode dakwah agar sesuai dengan keadaan obyektif mad'u. Al-hikmah menunjukkan seberapa baik para khatib dalam menggunakan argumentasi yang masuk akal dan bahasa yang mudah didekati untuk menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang tulus. Al-hikmah dengan demikian berfungsi sebagai suatu sistem yang memadukan keterampilan dakwah yang bersifat teoritis dan praktis (Mokodompit, 2022)

2) *Al-Mau'idzah al-Hasanah*

Menurut ilmu linguistik, Mau'izah Hasanah terdiri dari kata Mau'izah dan Hasanah. Suku kata Wa'adza-ya'idzu-wa'dzan-'idzatan yang artinya "nasihat, bimbingan, pendidikan, dan peringatan" merupakan akar kata Mau'izah. Sebaliknya sayyi'ah yang berarti kebaikan dan lawan kejahatan merupakan antitesis dari hasanah.

Pendekatan Al-Mau'idzah Al-Hasanah dapat berupa pernyataan-pernyataan yang memberikan nasehat, arahan, kabar gembira, petunjuk, kisah-kisah inspiratif, dan pesan-pesan semangat yang dapat mengarahkan mad'u pada arah keselamatan baik di dunia maupun di akhirat.

### 3) *Al-Mujadalah Bi Al-Lati Hiya Ahsan*

Al-Mujjadi, juga dikenal sebagai al-hiwar, adalah upaya satu atau lebih individu untuk secara bebas berbagi sudut pandang. Saat berdakwah, da'i menggunakan tiga teknik dakwah yang tercantum dalam Surat An-Nahl ayat 125. Tergantung pada jenis mad'u, da'i memilih salah satu teknik dakwah dan menyempurnakannya untuk memastikan kemanjurannya yang berkelanjutan. Oleh karena itu, metode dakwah merupakan pendekatan yang dipilih para dakwah agar berhasil dalam proses dakwah.

## c. Prinsip-Prinsip Dakwah

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan asas sebagai kebenaran yang menjadi landasan budi dan tingkah laku. Efeendy menyatakan tujuh kategori yang termasuk dalam prinsip dakwah adalah sebagai berikut:

### 1) Da'i harus siap menjadi pewaris nabi

Seorang da'i harus siap mengemban kewajiban dan tanggung jawab para nabi. Tanggung jawab utama para nabi termasuk menyampaikan wahyu dari Allah, mengajarkan kebenaran, mengarahkan orang ke arah yang benar, dan memberikan contoh teladan dalam perilaku moral. Selain memberikan keteladanan dalam hal akhlak, dan ibadah yang sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW, seorang da'i juga harus mampu menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat secara akurat dan bijaksana. Oleh karena itu seorang da'i harus menerapkan dan mencerminkan prinsip-prinsip agama dalam kehidupan sehari-hari selain dalam mengkomunikasikannya (M. Q. Abdullah, 2019)

- 2) Da'i harus menyadari bahwa masyarakat butuh waktu untuk memahami pesan dakwah.

Tidak selalu mudah untuk memahami dan menganut ajaran dan gagasan agama yang disampaikan seorang da'i. Pemahaman terhadap ajaran agama memerlukan waktu karena seringkali mengandung gagasan yang rumit dan canggih sehingga memerlukan penelitian dan introspeksi. Setiap anggota masyarakat mempunyai latar belakang dan tingkat pemahaman yang unik, sehingga mempengaruhi seberapa cepat dan bagaimana mereka menerima pesan dakwah. berdakwah sesuai dengan kemampuan masyarakat. Seorang da'i harus memperhatikan keadaan dan kemampuan masyarakat yang menjadi khalayak dakwah ketika menyampaikan ajaran Islam. Hal ini penting untuk memastikan pesan dakwah dapat dipahami dan tidak menimbulkan kesalahpahaman atau penolakan.

Istilah-istilah yang terlalu rumit untuk dipahami dapat dihindari dengan menggunakan bahasa yang cukup sederhana untuk dipahami masyarakat umum. menyederhanakan gagasan teologis yang sulit sehingga orang yang berbeda, khususnya individu dengan tingkat pendidikan yang berbeda-beda, dapat memahaminya. Tanpa langsung menyampaikan topik yang rumit atau mendalam, seorang da'i dapat menyampaikan konten dakwah secara bertahap berdasarkan pemahaman dan kesiapan masyarakat.

Da'i harus mempunyai kesabaran dalam menghadapi masalah dakwah. Dalam menjalankan tanggung jawab dakwahnya, seorang da'i harus bersabar, apalagi ketika dihadapkan pada kesulitan dan hambatan. Tidak semua orang akan langsung menerima dakwah, seorang da'i mungkin menghadapi antagonisme atau penolakan. Untuk tetap teguh dan terus berusaha menyampaikan informasi dalam bentuk yang sebenarnya, kesabaran sangatlah penting. Seperti disebutkan sebelumnya, individu membutuhkan waktu untuk memahami dan mengasimilasi pelajaran yang diajarkan. Oleh karena

itu, seorang khatib perlu bersabar dan memberikan waktu kepada masyarakat untuk memahami pesan dakwahnya. Sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, seorang khatib yang sabar dapat memberikan teladan yang baik, menjunjung tinggi semangat dakwah, dan tetap berusaha mengajarkan ajaran agama dengan baik dan bijaksana.

### 3) Seorang da'i harus memiliki citra positif

Untuk memberikan contoh yang baik dan mendapatkan kepercayaan masyarakat, seorang da'i perlu bersikap baik dan sopan. Citra yang menggembirakan ini mencerminkan prinsip-prinsip Islam yang terpuji dan sangat penting bagi kemanjuran dakwah. Penerimaan dan penghormatan terhadap pesan dakwah akan difasilitasi oleh perilaku moral. Selain itu, menjaga penampilan fisik tetap rapi dan sopan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam sangatlah penting karena penampilan sering kali membentuk kesan awal seseorang terhadap orang lain. Dengan mempraktikkan apa yang diajarkan dalam kehidupan sehari-hari, seseorang dapat menunjukkan konsistensi antara perkataan dan perbuatan, sehingga membangun kredibilitas dan kepercayaan diri da'i. (M. Q. Abdullah, 2019).

### 4) Berdakwah dengan mendahulukan yang prioritas

Sebelum berbicara tentang topik sekunder atau tambahan, seorang da'i hendaknya berfokus pada tema atau pelajaran yang paling mendasar dan signifikan. Menjadikan dakwah lebih efektif dan sesuai dengan tuntutan dan keadaan masyarakat adalah tujuannya. Sebelum mendalami nuansa hukum atau fiqh yang lebih rumit, penting untuk mengajarkan konsep-konsep dasar seperti tauhid (keesaan Allah), rukun Islam, dan rukun iman. Penetapan prioritas akan membuat dakwah yang disalurkan menjadi lebih terorganisir, efisien, dan benar-benar mampu memajukan masyarakat. Hal ini memudahkan masyarakat untuk mempraktikkan

pelajaran yang telah diperoleh dengan mencegah mereka terbebani dengan informasi sekaligus.

- 5) Berdakwah itu harus dimulai dari diri sendiri, keluarga, kemudian masyarakat

Proses penyampaian ajaran agama Islam hendaknya diawali dengan penyempurnaan dan penerapan di dalam diri individu terlebih dahulu, kemudian disusul oleh keluarga, dan terakhir diperluas ke masyarakat umum. Pendekatan ini memastikan dakwah dilakukan secara bertahap dan berdasarkan contoh nyata. Dalam konteks ini dakwah tidak hanya sebatas ceramah atau pengajaran saja, tetapi juga mencakup keteladanan hidup yang baik. Seorang da'i yang berhasil menerapkan ajaran Islam dalam kehidupannya sendiri dan keluarganya akan mempunyai kekuatan moral dan spiritual yang lebih besar dalam mempengaruhi masyarakat (M. Q. Abdullah, 2019).

#### **d. Hambatan dan Efek Dakwah**

- 1) Hambatan Dakwah

Permasalahan pemanggilan, ajakan, dan menerima tamu menjadi penghambat dakwah. Mayoritas warganya mempunyai orientasi nilai budaya yang berpusat pada hidup dalam perkembangan zaman, berkat proses yang dilakukan para pengemban dakwah terhadap masyarakat. Salah satu persoalan yang kerap muncul di kalangan Mad'u adalah kecenderungan menyalahkan media dakwah. Karena mereka menilai pembicaraannya tidak menarik, suhu masjid terlalu panas, atau mikrofonnya kurang bagus, mereka mungkin menganggap media dakwahnya kurang efektif. Misalnya, banyak Mad'u yang mungkin tertidur saat ceramah. Kenyataannya, pihak mad'u sendiri seringkali memberikan hambatan dalam berdakwah, seperti kurangnya keinginan untuk beribadah, kurangnya minat belajar agama, atau bias terhadap para da'i atau da'i, seperti anggapan bahwa da'i hanya sekedar mencari

amplop (M. Q. Abdullah, 2019).

## 2) Efek Dakwah

Sekalipun seorang da'i berdakwah, tidak akan banyak dampaknya jika mad'u tidak berperilaku berbeda. Namun terkadang, efeknya hanya melampaui pemahaman kognitif modifikasi perilaku tidak selalu tercapai. Pergeseran pemahaman juga bisa berdampak perubahan tindakan tidak selalu diperlukan agar pengaruh dapat terjadi.

(Sillars, 1998) mendefinisikan efek atau pengaruh sebagai perbedaan antara pikiran, perasaan, dan tindakan penerima komunikasi sebelum dan sesudah menerima pesan dakwah. Tiga kategori efek dapat dibedakan dari dakwah: efek perilaku, afektif, dan kognitif.

Ketika pengetahuan, pemahaman, atau persepsi audiens berubah, maka terjadilah dampak kognitif. Pergeseran sentimen, selera, atau ketidaksukaan penonton yang mencakup unsur emosi, sikap, dan nilai menimbulkan dampak afektif. Perubahan tindakan, kebiasaan, atau perilaku disebut sebagai efek perilaku. Efek ini dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok menurut jenisnya dan bergantung pada tanggapan atau umpan balik Mad'u.

- a) Yang pertama adalah simpati aktif, yaitu mad'u yang menunjukkan kasih sayang dan aktif menerima kata dakwah.
- b) Kelompok kedua adalah kelompok pasif, yaitu kelompok orang Mad'u yang tidak peduli dengan dakwah.
- c) Ketiga, Mad'u yang menentang atau tidak menyukai penerapan dakwah merupakan kubu antipasti.

## 3) Bentuk Hambatan Dakwah

Ada dua jenis hambatan dakwah: internal dan eksternal. Permasalahan yang muncul dalam diri umat Islam sendiri menjadi sumber hambatan dakwah internal. Sementara itu, sejumlah organisasi atau partai non-Muslim menghadirkan tantangan

eksternal. Permasalahan media dakwah yang dimanfaatkan dalam proses dakwah merupakan salah satu contoh hambatan eksternal (M. Q. Abdullah, 2019). Ada beberapa potensi tantangan ketika berdakwah, seperti:

- a) Faktor kebisingan atau hambatan yang berupa suara, seperti ketika seseorang berbicara secara tiba-tiba pada saat ceramah, sehingga dapat mengganggu penyampaian dakwah khatib.
- b) Faktor atau hambatan semantik, seperti penggunaan terminologi yang tidak dipahami oleh Mad'u, seperti ketika seorang khatib menggunakan terminologi ilmiah dalam menyampaikan dakwahnya tetapi Mad'u yang biasanya memiliki tingkat pendidikan yang buruk tidak memahaminya. Oleh karena itu, seorang khatib perlu mengetahui hierarki sosial, pendidikan, budaya, dan sistem Mad'u.
- c) Minat Dakwah harus mampu menggugah rasa ingin tahu Mad'u. Meningkatkan kinerja da'i merupakan salah satu teknik untuk membangkitkan minat. Cara lainnya adalah dengan menggunakan media yang menarik dan menyajikan pesan dengan cara yang menarik.
- d) Motivasi, Ada dua jenis motivasi: internal dan eksternal. Motivasi internal merupakan hasil kesadaran diri, sedangkan motivasi eksternal merupakan hasil dukungan teman, keluarga, atau perolehan uang.
- e) Hambatan yang paling besar adalah bias, karena jika seorang mad'u mempunyai pendapat buruk terhadap khatib, maka mereka tidak akan memahami apa yang disampaikan khatib.
- f) Hambatan sosiologis, kesenjangan geografis, dan interaksi sosial menghasilkan perbedaan karakteristik masyarakat, masyarakat perkotaan cenderung lebih individualistis dibandingkan masyarakat pedesaan, yang lebih bersifat kolektif, dan masyarakat perkotaan biasanya lebih rasional.

- g) Perbedaan warna kulit, postur tubuh, dan budaya dapat menjadi hambatan dalam dakwah.
- h) Hambatan psikologis, Keadaan psikologis Mad'u menjadi tolak ukur efektivitas dakwahnya; jika dia tidak bahagia, akan sulit baginya untuk menerima pesan tersebut.
- i) Dalam media dakwah, hambatan mekanis antara lain mikrofon rusak dan kualitas suara buruk.

### **3. Era Digital**

Era digital adalah suatu masa di mana teknologi digital memegang peranan penting dalam mempermudah sekaligus mempercepat proses pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran informasi ke berbagai penjuru dunia. Pada masa ini, segala bentuk aktivitas manusia sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, khususnya yang berbasis digital. Teknologi digital sendiri merujuk pada teknologi yang memanfaatkan sistem komputerisasi serta jaringan internet (online) untuk menjalankan berbagai fungsi dan kegiatan. Teknologi dan era digital umumnya berjalan secara beriringan dan saling mendukung, sehingga memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat. Dampak ini dirasakan oleh semua kalangan, namun yang paling rentan adalah anak-anak, karena mereka terus-menerus terpapar oleh berbagai jenis informasi yang hadir dalam bentuk teks, gambar, audio, maupun video, baik yang bersifat positif maupun negatif.

Literasi digital menurut Devri (2021) adalah bentuk pemahaman dan kemahiran yang dimiliki oleh pengguna dalam menggunakan berbagai media digital, yang meliputi jaringan internet, perangkat komunikasi, serta teknologi digital lainnya. Literasi ini tidak hanya mencakup kemampuan teknis semata, tetapi juga mencakup kecakapan dalam menemukan informasi yang relevan, mengolah data dengan tepat, mengevaluasi keabsahan informasi yang diterima, mengembangkan konten atau gagasan secara kreatif, serta memanfaatkan teknologi digital tersebut secara bijaksana dan bertanggung jawab. Keterampilan literasi digital yang baik

mencerminkan kemampuan pengguna untuk bersikap cerdas, teliti, dan tepat sasaran dalam memanfaatkan media digital sesuai dengan kebutuhan dan konteks penggunaannya.

Anak-anak pada masa kini memiliki peluang yang semakin besar untuk berpartisipasi secara aktif dalam berbagai aktivitas sosial dan digital, berkat perhatian media yang semakin terbuka dan meluas melalui hadirnya era digital kontemporer. Kehidupan dalam lingkungan masyarakat, termasuk dalam lingkup keluarga, kini sangat dipengaruhi oleh perkembangan era digital modern yang membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi, interaksi, dan cara memperoleh informasi. Dalam konteks ini, orang tua memiliki peran yang sangat krusial sebagai garda terdepan dalam memberikan edukasi dan pemahaman kepada masyarakat, khususnya kepada anak-anak, mengenai cara yang tepat dan bijak dalam menggunakan teknologi di era digital. Peran orang tua menjadi kunci utama agar anak-anak dapat tumbuh menjadi individu yang mampu memberikan pengaruh positif melalui pemanfaatan teknologi digital secara sehat dan produktif. Harapannya, dengan pendampingan dan arahan yang tepat, anak-anak mampu mengambil manfaat sebesar-besarnya dari kemajuan teknologi saat ini, baik dalam hal perkembangan mental, emosional, maupun peningkatan kemampuan berpikir kritis dan kreatif mereka.

#### **4. Media baru Sebagai Media Dakwah**

Kata “media” berasal dari bahasa Latin, yaitu *median*, yang berarti “alat perantara” dan digunakan dalam bentuk jamak (Syukir, 1986). Secara umum, istilah ini merujuk pada segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dari satu pihak ke pihak lain. Menurut Schramm (1977), media adalah suatu bentuk teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan dan diterapkan dalam dunia pendidikan untuk mendukung proses pembelajaran. Lebih spesifik lagi, media mengacu pada berbagai materi nyata yang dapat digunakan dalam kegiatan pembelajaran, seperti buku, film, video, kaset, presentasi, dan bentuk lainnya. Materi-

materi tersebut berfungsi sebagai alat bantu yang berperan penting dalam mengilustrasikan atau memperjelas pokok bahasan dari suatu pelajaran atau pesan yang ingin disampaikan kepada peserta didik, sehingga mereka lebih mudah memahami dan mengingat informasi yang diterima.

Media baru juga bisa disebut sebagai media digital. Media digital mencakup berbagai format data, teks, suara, dan gambar dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis satelit, kabel optik broadband, dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008). (McQuail, 2000) mengategorikan media baru ke dalam empat kelas. Pertama, alat komunikasi interpersonal, seperti email, telepon, dan telepon genggam. Yang kedua adalah permainan interaktif pada gadget seperti PC, video game, dan game internet. Terakhir, mesin pencari dan portal adalah contoh alat pencarian informasi. Keempat, terdapat berbagai bentuk media yang mendorong partisipasi kelompok, seperti menciptakan hubungan, berbagi dan bertukar ide, pendapat, dan pengalaman secara online, dan menggunakan komputer lebih dari sekadar alat.

Media digital merupakan istilah lain dari media baru, yang merujuk pada bentuk media berbasis teknologi digital yang berkembang pesat seiring kemajuan zaman. Untuk benar-benar memahami apa yang dimaksud dengan media digital, langkah awal yang penting adalah memahami terlebih dahulu konsep dasar dari istilah “digital” itu sendiri, yang mencakup segala sesuatu yang berhubungan dengan sistem elektronik, komputerisasi, dan jaringan internet. Dalam konteks ini, dibandingkan dengan pandangan yang dikemukakan oleh Castells, Tony Feldman memberikan perspektif yang lebih menyeluruh dan komprehensif, dengan menekankan sejumlah aspek penting dan krusial dalam memahami karakteristik media digital. Menurut Fakhruroji (2019), yang mengutip pandangan Gane dan Beer (2008), media baru atau media digital memiliki kemampuan untuk memfasilitasi berbagai hal, seperti manipulasi data, pembentukan jaringan komunikasi, kondensasi atau penyederhanaan informasi, serta kemampuan untuk menyampaikan

informasi dengan cara yang tampak netral atau tidak berpihak. Keempat elemen ini menjadikan media digital sebagai alat yang sangat berpengaruh dalam membentuk opini publik dan menyebarkan informasi di era modern.

## **5. Tujuan Dakwah**

Jamaluddin Kafie membagi tujuan dakwah ke dalam beberapa kategori yang menggambarkan orientasi spiritual dan sosial dalam ajaran Islam. Pertama, tujuan akhir dari dakwah adalah mengajak manusia untuk mengenal, memahami, dan mempercayai Tuhannya dengan sepenuh hati, serta mengarahkan kehidupannya menuju jalan yang diridhai oleh Allah SWT. Dakwah dalam konteks ini berfungsi sebagai sarana untuk membangun hubungan vertikal yang kuat antara manusia dan Sang Pencipta. Kedua, tujuan utama dari dakwah adalah mengajak manusia agar memperhatikan, memahami, serta memenuhi seruan dan perintah Allah dan Rasul-Nya, yang merupakan inti dari petunjuk hidup dalam Islam. Ketiga, membangun tatanan sosial Islam yang menyeluruh atau kâffah menjadi tujuan khusus yang tidak kalah penting, karena mencerminkan penerapan nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek kehidupan masyarakat. Dalam ketiga kategori ini, mayoritas prinsip dasar dalam perwujudan ajaran Islam seperti keimanan, ibadah, ketaatan terhadap perintah Tuhan, serta tegaknya kehidupan sosial yang Islami tampaknya telah tercakup secara menyeluruh. Sementara itu, Abdul Rosyad Saleh memiliki pendekatan yang sedikit berbeda dalam merumuskan tujuan dakwah. Ia membagi tujuan dakwah ke dalam dua kategori besar, yaitu tujuan departemen (jangka pendek atau operasional) dan tujuan besar (jangka panjang dan strategis).

Tujuan utama dari dakwah menurutnya adalah untuk mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup, baik di dunia maupun di akhirat, yang dilandasi oleh ridha Allah SWT. Tujuan yang kedua, yang diklasifikasikan berdasarkan bidang atau ruang lingkungannya, adalah menegakkan prinsip-prinsip hidup yang diridhai oleh Allah SWT, yang

diyakini dapat membawa kepada kebahagiaan sejati dan kekayaan maknawi maupun materi dalam kehidupan. Definisi dakwah yang dikemukakan oleh Syaikh ‘Alî Mahfûzh selaras dengan gagasan tersebut. Ia menyatakan bahwa dakwah adalah “mengharuskan manusia berbuat baik, memerintahkan yang shaleh, serta mencegah kemungkaran, agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa tujuan dakwah tidak hanya terbatas pada aspek spiritual semata, tetapi juga mencakup perbaikan moral dan sosial demi menciptakan kehidupan yang harmonis dan diridhai oleh Allah SWT di kedua alam kehidupan.

## **B. Penelitian yang Relevan**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Nurhikmah, Aep Wahyudin, dan Aep Kusnawan (2023) yang berjudul “*Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Berhutang Dalam Akun TikTok @kadamsidik00*” menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap konten dakwah tentang berhutang (khususnya terkait layanan *Paylater*) di TikTok terbagi ke dalam tiga posisi sesuai dengan teori resepsi Stuart Hall, yaitu Posisi Hegemonic Dominan, Posisi Negosiasi, dan Posisi Oposisi. Mahasiswa tidak memaknai pesan dakwah secara pasif, melainkan aktif dalam menafsirkan pesan sesuai latar belakang sosial, ekonomi, dan pemahaman agama masing-masing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap 10 informan dari berbagai jurusan di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling dan analisis data menggunakan teori analisis resepsi (encoding-decoding) dari Stuart Hall. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada fokus dakwah yang dikaji, yaitu dakwah tentang fenomena berhutang, sementara penelitian yang penulis lakukan lebih menyoroti persepsi mahasiswa terhadap metode dakwah di era digital secara umum. Namun,

keduanya memiliki kesamaan dalam pendekatan kualitatif, objek mahasiswa, serta konteks dakwah di media digital.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Naufal dan Ramayulis (2023) yang berjudul “*Respon Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah di Media Sosial (Studi Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah di Akun Instagram @nasihatayah)*” menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan tanggapan positif terhadap konten dakwah yang disajikan melalui akun Instagram @nasihatayah. Pesan-pesan yang disampaikan dinilai menyentuh sisi emosional dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, sehingga memudahkan pemahaman dan penerimaan nilai-nilai dakwah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan teknik pengumpulan data melalui wawancara serta dokumentasi terhadap beberapa mahasiswa sebagai informan. Teknik pengambilan data dilakukan secara purposive sampling, dan analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang penulis lakukan karena sama-sama menelaah persepsi mahasiswa terhadap konten dakwah di media sosial, namun berbeda dalam platform yang digunakan (Instagram), sementara penelitian ini lebih luas pada metode dakwah digital secara umum. Keduanya menunjukkan bahwa media sosial memegang peran penting dalam membentuk pemaknaan mahasiswa terhadap dakwah Islam di era digital.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Resti Ayu Andriani (2022) yang berjudul “*Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Di Akun Instagram @pemudahijrah (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Imam Bonjol Padang)*” menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap konten dakwah yang disajikan akun @pemudahijrah, karena kontennya disampaikan secara ringan, tidak menggurui, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, serta teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap sejumlah

mahasiswa dari program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, dan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan). Penelitian ini relevan dengan penelitian yang penulis lakukan karena sama-sama membahas persepsi mahasiswa terhadap dakwah digital di media sosial, meskipun berbeda dalam objeknya—yakni akun @pemudahijrah sebagai pusat perhatian, sementara penelitian penulis lebih menekankan pada metode dakwah digital secara umum di era teknologi informasi. Keduanya menegaskan bahwa media sosial merupakan sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada generasi muda.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Irham Sugandi (2023) yang berjudul *“Respons Mahasiswa Terhadap Dakwah di Media Sosial (Studi Respon Mahasiswa KPI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Terhadap Konten Dakwah di Akun YouTube Islami)”* menunjukkan bahwa respon mahasiswa terhadap konten dakwah Islami di YouTube cenderung positif, karena dinilai informatif, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan spiritual mereka sebagai generasi digital. Mahasiswa merespons dengan berbagai cara, seperti menyukai, membagikan, dan menjadikan konten sebagai bahan refleksi keagamaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada mahasiswa, dan analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang penulis lakukan karena sama-sama mengkaji tanggapan atau persepsi mahasiswa terhadap dakwah melalui media digital. Perbedaannya terletak pada platform yang diteliti, yaitu YouTube sebagai media utama, sedangkan penelitian penulis fokus pada metode dakwah digital secara lebih luas dalam berbagai bentuk media sosial dan pendekatan dakwah.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Sri Hadijah (2022) yang berjudul *“Persepsi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Terhadap Konten Dakwah pada Siaran Radio Fajar 107.7 FM”*

menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap konten dakwah yang disiarkan melalui Radio Fajar 107.7 FM, karena dinilai memberikan pengetahuan keagamaan, memperkuat keimanan, serta disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan menarik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman (reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan). Penelitian ini relevan dengan penelitian yang penulis lakukan karena sama-sama membahas persepsi mahasiswa terhadap media dakwah, namun perbedaannya terletak pada media yang digunakan; penelitian ini menggunakan radio sebagai media penyampaian dakwah, sedangkan penelitian penulis fokus pada dakwah digital di era teknologi dan media sosial. Persamaannya terletak pada objek penelitian, yaitu mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta pendekatan kualitatif yang digunakan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Untuk memahami peristiwa yang ditemui partisipan penelitian secara komprehensif dan melalui deskripsi verbal dan linguistik, penelitian ini menggunakan teknik kualitatif (Moleong, 2014). Metodologi Penelitian: Metodologi deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mendeskripsikan, menafsirkan, dan menjelaskan data tentang fakta, sifat, dan hubungan antara fenomena yang diselidiki secara akurat, faktual, dan metodis (Sugiyono., 2015).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan memahami bagaimana persepsi mahasiswa UIN Mahmud Yunus Batusangkar tentang metode dakwah di era digital, serta kesulitan yang mereka hadapi. Hal inilah yang menjadi alasan pemilihan jenis dan metodologi penelitian. Untuk mencapai tujuan ini, teknik deskriptif kualitatif dipandang cocok. Penelitian ini berfokus pada pengumpulan dan evaluasi data kualitatif yaitu pengetahuan, persepsi, dan pengalaman mahasiswa daripada memerlukan pengukuran kuantitatif. Selain menghasilkan data yang kaya dan rinci, pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti mengkaji dan memahami kejadian secara menyeluruh.

#### **B. Latar dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di kampus UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Waktu Penelitian Penelitian ini dilaksanakan pada Mei sampai Juni 2025.

**Tabel 3. 1**  
**Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Nov-Des 2024	Jan- feb 2025	Mar-Apr 2025	Apr-Mei 2025	Juni 2025	Juli 2025
1.	Penulisan proposal						
2.	Bimbingan Proposal						
3.	Seminar Proposal						
4.	Perbaikan pasca seminar						
5.	Penelitian						
6.	Pengolahan Data Penelitian						
7.	Bimbingan Skripsi						
8.	Sidang Munaqasyah						

### **C. Subjek Penelitian**

Subjek pada penelitian ini yaitu Mahasiswa KPI Angkatan 2023 Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Alasan pemilihan subjek penelitian:

1. Generasi milenial mahasiswa KPI 2023 UIN Mahmud Yunus Batusangkar sedang mengalami perubahan dan kemajuan dalam bidang keagamaan, termasuk bagaimana mereka memandang teknik dakwah Islam di era digital kekinian.
2. Karena kuliah di perguruan tinggi Islam, mereka lebih mengenal dan mengetahui inisiatif dakwah Islam kampus.
3. Mahasiswa KPI Angkatan 2023 UIN Mahmud Yunus Batusangkar, dianggap sebagai contoh bagaimana generasi milenial memandang strategi dakwah Islam di era internet.

Kriteria informan:

- a. Mahasiswa KPI Angkatan 2023 UIN Mahmud Yunus Batusangkar terdaftar di UIN pada tahun ajaran 2023–2024.
- b. Berasal dari ruang kelas dan program studi yang berbeda.
- c. Berpartisipasi dan mendapatkan pengalaman dalam inisiatif dakwah Islam kampus.
- d. Bersiap menjadi informan dan pembekalan data yang diperlukan untuk penelitian.

Sebanyak 10 mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2023 UIN Mahmud Yunus Batusangkar dipilih sebagai informan dalam penelitian ini. Jumlah ini dianggap memadai karena dalam pendekatan kualitatif, fokus utama terletak pada kedalaman informasi, bukan pada jumlah partisipan. Pemilihan jumlah ini didasarkan pada pertimbangan bahwa 10 informan telah mencukupi untuk memperoleh data yang kaya, beragam, dan mendalam, serta memungkinkan peneliti untuk menggali persepsi, pengalaman, dan pandangan informan secara lebih komprehensif. Selain itu, jumlah tersebut diperkirakan telah mampu mencapai titik kejenuhan data (*data saturation*), yaitu kondisi ketika informasi yang diperoleh dari informan tidak lagi menunjukkan variasi yang signifikan. Dengan demikian, keterlibatan 10 mahasiswa sebagai informan dinilai cukup representatif untuk menjawab fokus dan tujuan penelitian ini secara kualitatif.

#### **D. Instrumen Penelitian**

Menurut Arikunto (2006), instrumen penelitian merupakan alat bantu yang secara khusus dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan kegiatan penelitian guna mengumpulkan data yang diperlukan. Tujuan dari penggunaan instrumen ini adalah agar proses penelitian dapat berjalan secara sistematis, terarah, dan lebih mudah untuk dilakukan. Instrumen menjadi elemen penting dalam mendukung keberhasilan pengumpulan data yang valid dan relevan. Dalam konteks penelitian kualitatif, di mana kedalaman data menjadi aspek yang utama dan sangat diutamakan, penggunaan instrumen yang tepat menjadi hal yang tidak dapat diabaikan. Seorang peneliti

memerlukan berbagai alat bantu yang dapat digunakan, baik oleh dirinya sendiri maupun oleh responden, untuk mempermudah proses pengambilan data. Instrumen-instrumen tersebut dapat berupa pedoman wawancara, pedoman observasi, catatan lapangan, dokumentasi, dan alat lainnya yang mendukung proses penggalian informasi secara mendalam dan menyeluruh dari partisipan penelitian.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen yang paling sentral karena ia secara langsung terlibat dalam proses pengumpulan data, mulai dari observasi, wawancara, hingga interpretasi informasi yang diperoleh. Peneliti tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga memberikan pandangan atau penilaian yang bersifat subjektif terhadap fokus penelitian berdasarkan pemahamannya terhadap konteks lapangan.

Oleh karena itu, data yang dikumpulkan oleh peneliti akan dianalisis, disusun secara sistematis, dan diambil kesimpulan yang berkaitan dengan fokus utama penelitian, yaitu Persepsi Mahasiswa Tentang Metode Dakwah di Era Digital. Selain peneliti sebagai instrumen utama, terdapat pula beberapa instrumen pendukung yang digunakan dalam penelitian ini. Instrumen-instrumen tersebut antara lain pedoman wawancara yang berfungsi sebagai acuan dalam mengajukan pertanyaan kepada informan, kamera yang digunakan untuk merekam proses wawancara atau kegiatan di lapangan, buku sebagai sumber referensi atau catatan tambahan, serta pulpen untuk mencatat informasi penting selama proses pengumpulan data berlangsung. Keberadaan instrumen pendukung ini sangat membantu peneliti dalam memperoleh data yang lebih lengkap, akurat, dan mendalam.

#### **E. Sumber Data**

Berdasarkan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, sumber data dalam skripsi "Persepsi Mahasiswa Tentang Metode Dakwah di Era Digital" adalah:

1. Sumber Data Primer dalam penelitian ini adalah informan, yaitu mahasiswa KPI Angkatan 2023 UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan.
2. Sumber Data Sekunder dalam penelitian ini meliputi:
  - a. Dokumentasi terkait aktivitas dan kegiatan dakwah Islam di UIN Mahmud Yunus Batusangkar, seperti laporan kegiatan, foto, dan arsip lainnya.
  - b. Literatur-literatur (buku, jurnal, artikel) yang membahas tentang metode dakwah Islam di era digital.
  - c. Hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik Penentuan Informan Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap memiliki informasi yang dibutuhkan (Sugiyono, 2015). Kriteria informan yang akan dipilih adalah:

1. Mahasiswa aktif UIN Mahmud Yunus Batusangkar pada tahun akademik 2023/2024.
2. Terlibat aktif dalam kegiatan dakwah Islam di kampus.
3. Representasi dari berbagai program studi dan angkatan.
4. Bersedia menjadi informan dan memberikan informasi yang dibutuhkan.

Jumlah informan diperkirakan sekitar 10 mahasiswa, dengan pertimbangan tercapainya kejenuhan data.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Berdasarkan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam skripsi "Persepsi Mahasiswa Tentang Metode Dakwah di Era Digital" adalah:

1. Wawancara Mendalam (In-depth Interview) Teknik pengumpulan data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam yang dilakukan secara langsung dengan para informan, yakni mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2023 UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Wawancara ini bertujuan untuk menggali

informasi secara menyeluruh terkait persepsi mereka terhadap metode dakwah di era digital. Dalam pelaksanaannya, peneliti menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur sebagai alat bantu utama. Pedoman ini berisi daftar pertanyaan pokok yang telah disusun sebelumnya, namun masih memberikan ruang bagi peneliti untuk mengembangkan pertanyaan secara fleksibel sesuai dengan alur percakapan dan respon informan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang lebih kaya, mendalam, dan kontekstual, karena informan diberi kebebasan untuk menjelaskan pandangannya secara terbuka dan reflektif sesuai dengan pengalaman pribadi serta pemahamannya masing-masing.

2. Observasi Selain melakukan wawancara mendalam, peneliti juga akan melakukan observasi langsung terhadap berbagai aktivitas dan kegiatan dakwah Islam yang berlangsung di lingkungan UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Observasi ini menjadi metode pelengkap yang penting dalam penelitian kualitatif, karena memungkinkan peneliti untuk melihat secara nyata bagaimana proses dakwah dijalankan dalam keseharian, baik oleh mahasiswa maupun oleh institusi yang terkait dengan kegiatan dakwah tersebut. Observasi dilakukan secara sistematis dengan tujuan untuk memperoleh data yang bersifat deskriptif mengenai situasi, kondisi, serta fenomena yang muncul di lapangan dan berkaitan erat dengan metode dakwah Islam yang menjadi fokus persepsi para mahasiswa. Melalui pengamatan langsung ini, peneliti dapat memahami konteks sosial, budaya, dan religius yang melatarbelakangi persepsi mahasiswa, serta dapat menangkap aspek-aspek non-verbal atau perilaku yang tidak selalu terungkap dalam wawancara. Dengan demikian, observasi memberikan kontribusi penting dalam memperkaya data penelitian dan meningkatkan validitas temuan.
3. Dokumentasi Teknik pengumpulan data selanjutnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Dokumentasi merupakan proses pengumpulan, pencatatan, dan pengkajian berbagai dokumen yang memiliki keterkaitan langsung maupun tidak langsung dengan fokus

penelitian. Dokumen-dokumen ini dapat berupa laporan kegiatan dakwah, foto-foto yang mendokumentasikan aktivitas mahasiswa dalam menyampaikan pesan keislaman, arsip institusi, brosur, pamflet, hingga data digital yang relevan dengan metode dakwah di era digital. Melalui dokumentasi, peneliti dapat melengkapi dan memperkuat data yang telah diperoleh melalui wawancara dan observasi. Teknik ini juga memungkinkan peneliti untuk meninjau kembali peristiwa atau kegiatan yang telah berlangsung, serta memperoleh bukti fisik yang dapat digunakan untuk mendukung analisis dan penarikan kesimpulan. Selain itu, dokumentasi memberikan informasi tambahan yang bersifat objektif dan dapat dijadikan sebagai bahan pembandingan terhadap data yang dikumpulkan secara langsung di lapangan.

4. Studi Literatur Peneliti juga akan melakukan studi literatur sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang penting dalam mendukung dan memperkuat landasan teoritis penelitian ini. Studi literatur dilakukan dengan cara menelaah dan mengkaji berbagai sumber pustaka yang relevan, seperti buku-buku ilmiah, jurnal akademik, artikel populer maupun ilmiah, serta hasil-hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan langsung dengan topik penelitian, yaitu persepsi mahasiswa terhadap metode dakwah di era digital. Melalui studi literatur, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep-konsep kunci yang digunakan, perkembangan teori yang relevan, serta temuan-temuan sebelumnya yang dapat dijadikan acuan dan pembandingan. Studi ini juga berfungsi sebagai dasar untuk menyusun kerangka teori dan merumuskan pertanyaan penelitian secara lebih terarah dan ilmiah. Dengan demikian, studi literatur memberikan kontribusi signifikan dalam memperkaya wawasan peneliti serta meningkatkan kualitas dan validitas penelitian secara keseluruhan.

#### Proses Pengumpulan Data:

1. Melakukan observasi awal di UIN Mahmud Yunus Batusangkar untuk memperoleh gambaran umum mengenai aktivitas mahasiswa KPI Angkatan 2023 dalam melihat dakwah melalui media sosial.
2. Menyusun pedoman wawancara semi-terstruktur berdasarkan fokus penelitian.
3. Melakukan wawancara mendalam dengan informan mahasiswa KPI Angkatan 2023 UIN Mahmud Yunus Batusangkar yang telah ditentukan.
4. Melakukan studi literatur untuk memperkaya kajian teoritis dan metodologi penelitian.
5. Mencatat hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi ke dalam catatan lapangan.

#### **G. Teknik Analisis dan Interpretasi Data**

Berdasarkan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik analisis dan interpretasi data yang akan digunakan dalam skripsi "Persepsi Mahasiswa tentang Metode Dakwah di Era Digital" adalah:

1. Analisis Data, Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif model Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahap:

- a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Pada tahap ini, peneliti akan memfokuskan, menyederhanakan, dan mentransformasi data mentah yang diperoleh dari lapangan. Proses reduksi data dilakukan dengan cara memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasi data yang dianggap penting.

- b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah mereduksi data, peneliti akan menyajikan data dalam bentuk yang terorganisir dan terkompilasi, seperti teks naratif, matriks, grafik, atau bagan. Penyajian data dilakukan untuk memudahkan pemahaman dan penarikan kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Pada tahap akhir, peneliti akan menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi terhadap temuan-temuan yang diperoleh. Kesimpulan awal yang bersifat sementara akan diverifikasi dengan cara memeriksa kembali data dan bukti-bukti yang ada.

2. Interpretasi Data

Setelah melakukan analisis data, peneliti akan melakukan interpretasi data dengan tujuan untuk memahami dan menjelaskan makna dari data yang diperoleh. Interpretasi data akan dilakukan dengan menggunakan perspektif teori yang relevan, yaitu Teori Persepsi dan Teori Dakwah Islam. Proses interpretasi data akan dilakukan dengan cara:

- a. Menghubungkan temuan penelitian dengan teori-teori yang digunakan.
- b. Mengaitkan temuan penelitian dengan konteks sosial, budaya, dan historis.
- c. Memberikan makna dan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

## H. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian kualitatif skripsi "Persepsi Mahasiswa tentang Metode Dakwah di Era Digital", peneliti akan menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut (Moleong, 2014) Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan:
  - a. Triangulasi sumber, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari beberapa informan.
  - b. Triangulasi metode, yaitu mengecek derajat kepercayaan temuan penelitian dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data (wawancara, observasi, dokumentasi).

## 2. Memberi Check

Peneliti akan melakukan pengecekan data yang diperoleh kepada informan, agar informasi yang telah dikumpulkan dan diinterpretasikan sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh informan. Hal ini dilakukan untuk memastikan kesesuaian, kebenaran, dan keakuratan data.

## 3. *Audit Trail*

Peneliti akan mendokumentasikan seluruh proses penelitian secara rinci, mulai dari pengumpulan data, analisis data, hingga penarikan kesimpulan. Dokumentasi ini bertujuan untuk memudahkan penelusuran kembali jejak penelitian, sehingga dapat dipertanggungjawabkan.

## 4. *Peer Debriefing*

Peneliti akan melakukan diskusi dan konsultasi dengan teman sejawat atau pihak yang dianggap kompeten untuk memberikan masukan, saran, dan kritik terhadap proses penelitian yang dilakukan. Hal ini berguna untuk menjaga objektivitas dan keabsahan data.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Temuan Penelitian**

##### **1. Temuan Umum**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan secara mendalam, menyeluruh, dan kontekstual mengenai persepsi mahasiswa terhadap metode dakwah Islam di era digital. Penelitian ini tidak hanya fokus pada pemahaman umum, melainkan berupaya menggali makna yang lebih dalam berdasarkan pengalaman dan pandangan langsung dari para informan.

Lokasi penelitian dipusatkan di Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar, dengan objek penelitian yang difokuskan pada mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Angkatan 2023. Mahasiswa yang dipilih adalah mereka yang secara aktif terlibat dalam berbagai kegiatan dakwah, baik secara langsung maupun melalui media digital, di lingkungan kampus. Mereka dianggap memiliki pengalaman empiris dan pandangan yang relevan terhadap praktik dakwah modern di tengah kemajuan teknologi.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu: wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Ketiga teknik ini saling melengkapi untuk memperoleh data yang akurat, kaya, dan bervariasi.

Untuk teknik wawancara, peneliti menyusun pedoman wawancara semi-terstruktur sebagai instrumen utama. Model ini dipilih agar proses penggalan data tetap terarah namun tetap fleksibel, sehingga memungkinkan informan untuk mengungkapkan pandangan dan pengalaman mereka secara terbuka. Wawancara dilakukan kepada informan yang dipilih secara purposif dengan kriteria tertentu, antara lain: mahasiswa yang aktif berdakwah baik secara langsung maupun melalui

media digital, mewakili beragam latar belakang organisasi atau komunitas, memiliki pengalaman konkret dalam menyampaikan dakwah, serta bersedia memberikan informasi secara jujur dan mendalam.

Selain wawancara, observasi lapangan juga dilakukan untuk melihat secara langsung bentuk-bentuk aktivitas dakwah digital yang dilakukan oleh mahasiswa. Aktivitas ini meliputi partisipasi mereka dalam membuat dan membagikan konten dakwah melalui media sosial, mengikuti forum-forum dakwah daring seperti webinar atau diskusi keislaman online, serta memproduksi konten Islami dalam bentuk video, poster, atau tulisan dakwah digital. Melalui observasi ini, peneliti dapat menangkap dinamika nyata dari praktik dakwah mahasiswa yang tidak selalu tampak dalam wawancara verbal.

Sementara itu, teknik dokumentasi digunakan untuk memperkuat data yang telah diperoleh. Dokumentasi berupa foto-foto kegiatan dakwah, arsip digital media sosial, serta rekaman interaksi mahasiswa dalam forum dakwah online, digunakan sebagai bahan pelengkap dan pendukung dalam proses analisis data. Dokumentasi ini juga membantu peneliti dalam memverifikasi kebenaran data serta memberi gambaran visual terhadap aktivitas dakwah yang dilakukan oleh mahasiswa.

Dengan menggabungkan ketiga teknik tersebut, peneliti mampu membangun pemahaman yang lebih utuh dan mendalam mengenai persepsi mahasiswa terhadap metode dakwah Islam di era digital. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk menangkap berbagai nuansa, interpretasi, dan motivasi yang melatarbelakangi pilihan metode dakwah mahasiswa di tengah transformasi media dan teknologi saat ini.

## **2. Temuan Khusus**

Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk menggali dan mengungkap fenomena persepsi mahasiswa terhadap metode dakwah Islam di era digital. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam (in-depth interview) yang dilakukan secara

langsung secara tatap muka (*face to face*) antara peneliti dengan responden yang telah dipilih secara purposif.

Peneliti telah melakukan wawancara dengan Sepuluh orang mahasiswa dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar,

**Tabel 4. 1**  
**Data Mahasiswa KPI 2023 UIN Mahmud Yunus Batusangkar**

No	Nama Mahasiswa	Jenis kelamin	Jurusan
1.	Rozak Al Buqari	Laki laki	KPI 23 B
2.	Arrijalul muflihun	Laki laki	KPI 23 A
3.	Reihan Dimas Saputra	Laki laki	KPI 23 B
4.	Febrina Putri Dewita Sari	Perempuan	KPI 23 A
5.	Tasya Ramadani	Perempuan	KPI 23A
6.	Hanifah Marbun	Perempuan	KPI 23 A
7.	Nabila Fernanda	Perempuan	KPI 23 B
8.	Naysila Syara Azzahra	Perempuan	KPI 23 B
9.	Salsabila	Perempuan	KPI 23 B
10.	Sonya Priskila Bilbina	Perempuan	KPI 23 B

Para informan tersebut dipilih melalui teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan fokus penelitian. Dalam hal ini, peneliti memilih mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2023 yang aktif dalam aktivitas dakwah digital, baik sebagai konsumen maupun pelaku konten dakwah di media sosial. Pemilihan ini didasarkan pada observasi awal, interaksi langsung, serta informasi dari dosen dan rekan sejawat yang menunjukkan bahwa para informan terlibat secara aktif dalam kegiatan dakwah digital. Aktivitas tersebut meliputi:

- a. Membuat atau membagikan konten dakwah melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.
- b. Menjadi anggota komunitas dakwah kampus yang memiliki program digitalisasi dakwah.

- c. Menjadi narasumber atau moderator dalam siaran live dakwah via media digital.
- d. Menyebarkan kutipan atau video ceramah melalui platform pesan instan atau grup diskusi keagamaan.

Dengan mempertimbangkan keterlibatan mereka dalam konteks dakwah digital, sepuluh mahasiswa ini dipandang mampu memberikan informasi yang relevan dan mendalam untuk mencapai tujuan penelitian.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara kemudian dikategorikan dan dianalisis berdasarkan dua subfokus penelitian, yaitu: (1) Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap efektivitas metode dakwah digital dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman di era digital, khususnya melalui platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan lainnya; serta (2) Bagaimana proses kognitif mahasiswa dalam memahami, menafsirkan, dan menilai konten dakwah digital, yang ditinjau dari pengalaman digital, literasi media, serta latar belakang sosial dan budaya yang memengaruhi cara pandang mereka terhadap isi dakwah tersebut.

### **3. Identitas Responden**

Dalam penelitian ini melibatkan beberapa pihak yang memiliki peran penting dalam mendukung penelitian. Informasi yang diperoleh dari responden dalam penelitian ini sehingga data tersebut akan diolah dengan sedemikianrupa untuk peneliti memperoleh gambaran tentang hal yang sedang diteliti. Berikut ini merupakan identitas dari responden:

- a. Berdasarkan hasil wawancara dengan RZ, diketahui bahwa ia memahami persepsi sebagai cara seseorang dalam menangkap dan menilai suatu informasi berdasarkan pengalaman dan sudut pandang masing-masing individu. Ia memaknai metode dakwah sebagai strategi menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, yang saat ini sangat relevan dilakukan melalui media sosial. Menurutnya, dakwah digital efektif karena mengikuti perkembangan zaman dan sesuai dengan kebiasaan generasi muda yang aktif di platform digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. RZ menilai bahwa konten dakwah yang

ringan, ringkas, komunikatif, dan menarik lebih mudah diterima. Da'i di era digital menurutnya harus mampu menyampaikan pesan agama dengan bahasa yang mudah dipahami, tidak menghakimi, dan menggunakan pendekatan kreatif. Ia juga menekankan pentingnya sikap kritis terhadap konten dakwah digital karena tidak semua informasi dapat dipertanggungjawabkan. Dalam pandangannya, metode dakwah yang paling tepat adalah kombinasi antara *bil hikmah* dan *bil hal*, karena menyeimbangkan antara tutur kata yang bijak dan keteladanan perilaku. Meskipun terdapat tantangan seperti perbedaan latar belakang audiens dan potensi kesalahpahaman, RZ meyakini bahwa dakwah digital tetap menjadi peluang besar dalam menyebarkan nilai-nilai Islam secara luas dan efektif.

- b. Berdasarkan hasil wawancara dengan AR, ia memahami persepsi sebagai cara seseorang dalam memandang dan mengartikan sesuatu. Menurutnya, metode dakwah bisa dilakukan secara lisan maupun melalui media yang menarik, termasuk media sosial. Ia menilai dakwah di media sosial lebih efektif dibanding cara konvensional karena mahasiswa kini lebih sering menggunakan media digital, sehingga pesan dakwah lebih mudah diakses dan dipahami. Konten dakwah digital juga dianggap dekat dengan keseharian mahasiswa, sehingga lebih mudah memengaruhi pemahaman mereka. AR berpendapat bahwa da'i ideal adalah yang berbicara dengan bahasa santai, mudah dipahami, dan mampu menyesuaikan diri dengan gaya anak muda, termasuk dalam cara berpakaian. Tantangan dakwah digital menurutnya adalah adanya komentar negatif atau penilaian buruk dari warganet, tetapi di sisi lain media sosial memberi peluang besar untuk menjangkau lebih banyak orang. Jika menemukan isi dakwah yang membingungkan, AR menyarankan agar bertanya kepada orang yang lebih paham. Ia juga menyebut metode dakwah seperti *bil hikmah*, *mau'izhah hasanah*, dan *mujadalah*, namun menurutnya metode *bil hikmah* paling cocok digunakan di media sosial karena lebih menarik perhatian mahasiswa.

- c. Berdasarkan hasil wawancara dengan RH, ia menjelaskan bahwa persepsi adalah cara pandang seseorang terhadap suatu hal, dan metode dakwah merupakan langkah atau cara yang dilakukan da'i dalam menyampaikan pesan dakwah. Menurut RH, dakwah melalui media sosial lebih efektif dibandingkan metode konvensional, terutama bagi generasi Z yang akrab dengan smartphone dan media sosial. Konten dakwah digital dinilai sangat berpengaruh terhadap pemahaman mahasiswa karena hampir setiap hari mereka melihat dakwah di media sosial. Da'i yang ideal menurut RH adalah yang menyampaikan dakwah dengan bahasa yang sederhana, mudah dipahami, dan dengan gaya santai seperti berbicara dengan teman, sehingga pesan lebih mudah diterima. Tantangan dakwah digital salah satunya adalah banyaknya hoaks atau konten yang telah dipotong-potong sehingga dapat menyesatkan pemahaman. Namun, peluang dakwah digital sangat besar karena jangkauannya luas dan bisa diakses oleh siapa saja. Dalam menghadapi perbedaan isi dakwah, RH menyarankan agar mahasiswa mencari informasi yang valid, misalnya dengan bertanya langsung di kolom komentar atau kepada yang lebih ahli. Ia menyebut metode dakwah seperti *bil hal*, *bil lisan*, dan *bil hikmah*, dan menilai bahwa metode *bil hal* atau memberi contoh langsung paling tepat digunakan di media sosial agar pesan lebih mudah dipahami dan diikuti.
- d. Berdasarkan hasil wawancara dengan RH, ia memaknai persepsi sebagai cara pandang seseorang terhadap suatu hal, dan metode dakwah sebagai langkah atau cara da'i dalam menyampaikan pesan dakwah. Menurutnya, dakwah melalui media sosial lebih efektif dibanding metode konvensional, terutama bagi generasi Z yang sangat akrab dengan teknologi digital. RH menilai bahwa konten dakwah digital sangat memengaruhi pemahaman mahasiswa karena mereka hampir setiap hari melihat konten tersebut di media sosial. Da'i yang ideal, menurut RH, adalah yang menyampaikan pesan dengan bahasa sederhana, mudah dipahami, dan menggunakan gaya santai seperti

berbicara dengan teman, sehingga pesan lebih cepat diterima. Tantangan dakwah digital menurutnya adalah banyaknya hoaks atau potongan konten yang menyesatkan, namun peluangnya besar karena jangkauannya luas dan bisa diakses siapa saja. Untuk menyikapi perbedaan isi dakwah, RH menyarankan mahasiswa agar mencari informasi yang valid, baik melalui kolom komentar atau bertanya langsung kepada yang lebih ahli. Ia menyebut metode dakwah seperti *bil hal*, *bil lisan*, dan *bil hikmah*, dan menilai bahwa *bil hal* paling sesuai untuk media sosial karena memberi contoh langsung yang mudah dipahami dan ditiru.

- e. Berdasarkan wawancara dengan TR, mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2023, persepsi dipahaminya sebagai cara individu menilai atau memahami sesuatu, sedangkan metode dakwah dimaknai sebagai strategi untuk menyampaikan ajakan kepada kebaikan. TR menilai bahwa dakwah melalui media sosial sangat efektif bagi generasi Z karena platform tersebut cepat, luas jangkauannya, dan sesuai dengan gaya hidup anak muda. Menurutnya, metode dakwah yang tepat akan memudahkan mad'u dalam menerima pesan, apalagi jika disampaikan dengan singkat, jelas, menarik, dan menggunakan gaya komunikasi yang sesuai dengan kalangan muda. Meskipun dakwah digital memiliki tantangan seperti keberagaman audiens, TR melihatnya sebagai peluang besar untuk menjangkau lebih banyak orang. Ia juga menekankan pentingnya bersikap kritis terhadap konten dakwah yang ada di media sosial, dan berpendapat bahwa kombinasi metode *bil hikmah* dan *bil hal* merupakan pendekatan paling efektif karena menggabungkan komunikasi yang santun dengan keteladanan dalam perilaku.
- f. Berdasarkan hasil wawancara dengan AM, mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2023, persepsi dipahaminya sebagai cara pandang seseorang dalam memahami suatu hal, sedangkan metode dakwah adalah pendekatan untuk menyampaikan ajakan kepada

kebaikan. Ia menilai dakwah melalui media sosial sangat efektif, khususnya bagi generasi Z yang terbiasa dengan teknologi. Media sosial dianggap cepat dalam penyebaran, luas jangkauannya, dan sesuai dengan gaya hidup anak muda saat ini. AM menekankan bahwa pemilihan metode dakwah yang tepat akan memudahkan audiens dalam menerima pesan. Menurutnya, da'i yang ideal adalah yang menyampaikan dakwah secara singkat, padat, menarik, dan memakai bahasa yang sesuai dengan kalangan muda. Walaupun terdapat tantangan seperti keragaman karakter audiens, ia melihat dakwah digital sebagai peluang besar untuk menjangkau lebih banyak orang. AM juga menekankan pentingnya sikap selektif terhadap konten dakwah di media sosial, serta menilai bahwa metode bil hikmah dan bil hal paling efektif karena memadukan tutur kata yang baik dengan keteladanan dalam tindakan.

- g. Berdasarkan hasil wawancara dengan NF, mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2023, ia memaknai persepsi sebagai cara seseorang dalam melihat dan memahami suatu hal, sedangkan metode dakwah dipahaminya sebagai strategi atau pendekatan dalam menyampaikan ajakan kepada kebaikan. NF menilai bahwa dakwah melalui media sosial sangat cocok untuk generasi Z yang sudah terbiasa dengan dunia digital, karena media tersebut dinilai cepat, luas jangkauannya, dan relevan dengan kebiasaan anak muda saat ini. Ia menyatakan bahwa pemilihan metode dakwah yang sesuai dapat membantu mad'u dalam memahami pesan dengan lebih mudah. Menurutnya, da'i yang ideal adalah yang menyampaikan dakwah secara singkat, jelas, menarik, dan menggunakan bahasa yang sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda. Meskipun terdapat tantangan dalam hal keberagaman latar belakang audiens, NF melihat dakwah digital sebagai peluang besar untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Ia juga menekankan pentingnya bersikap kritis terhadap konten dakwah di media sosial, serta menganggap bahwa kombinasi metode bil hikmah

dan bil hal merupakan pendekatan yang paling efektif karena menyatukan komunikasi yang santun dengan keteladanan dalam perilaku.

- h. Berdasarkan wawancara dengan NS, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2023, ia memaknai persepsi sebagai cara seseorang dalam memahami suatu hal, sementara metode dakwah dipahami sebagai strategi yang digunakan da'i untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman. Menurut NS, dakwah melalui media sosial lebih efektif dibandingkan metode konvensional, terutama karena generasi Z sangat akrab dengan teknologi digital. Ia menyebut bahwa konten dakwah digital memiliki pengaruh besar terhadap mahasiswa, sebab hampir setiap hari mereka mengakses dan melihat konten keagamaan melalui media sosial. Sosok da'i yang ideal menurutnya adalah yang mampu menyampaikan pesan dakwah dengan bahasa yang sederhana dan gaya penyampaian yang santai, sehingga mudah dipahami dan diterima oleh anak muda. Tantangan dakwah digital, menurut NS, terletak pada banyaknya informasi palsu atau potongan konten yang dapat menyesatkan pemahaman audiens. Meski demikian, ia melihat media sosial sebagai peluang besar dalam menyebarkan dakwah karena memiliki jangkauan luas dan mudah diakses oleh siapa saja. NS menekankan pentingnya mencari sumber dakwah yang jelas dan valid, misalnya dengan bertanya langsung melalui kolom komentar atau kepada orang yang lebih ahli. Ia menilai bahwa metode dakwah bil hal paling efektif digunakan di media sosial karena memberikan contoh nyata yang mudah ditiru dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
- i. Berdasarkan wawancara dengan SS, mahasiswi KPI angkatan 2023, ia memaknai persepsi sebagai cara seseorang melihat dan memahami suatu hal, sedangkan metode dakwah dipahaminya sebagai pendekatan yang digunakan da'i dalam menyampaikan pesan agama. SS menilai dakwah melalui media sosial lebih efektif dibanding metode konvensional, terutama bagi generasi Z yang lekat dengan teknologi

digital. Menurutnya, konten dakwah digital sangat memengaruhi pemahaman mahasiswa karena sering dilihat setiap hari. Sosok da'i yang ideal bagi SS adalah yang menyampaikan dakwah dengan bahasa ringan, mudah dimengerti, dan bergaya santai layaknya berbicara dengan teman, agar lebih dekat dengan audiens. Meski tantangan dakwah digital cukup besar, seperti banyaknya konten menyesatkan atau informasi yang terpotong, ia tetap melihat media sosial sebagai peluang besar untuk menjangkau lebih banyak orang. SS menekankan pentingnya bersikap kritis dalam menerima dakwah digital dan menyarankan mahasiswa untuk mencari sumber terpercaya, misalnya dengan bertanya langsung kepada yang lebih ahli. Ia juga menyebut metode dakwah seperti bil hikmah, bil lisan, dan bil hal, dan menilai bahwa metode bil hal paling tepat digunakan di media sosial karena memberi contoh nyata yang mudah ditiru dan dipahami.

- j. Berdasarkan wawancara dengan SP, mahasiswi KPI angkatan 2023, persepsi dipahaminya sebagai cara seseorang menilai atau mengartikan sesuatu berdasarkan sudut pandangnya. Ia menjelaskan bahwa metode dakwah adalah pendekatan yang digunakan da'i untuk menyampaikan pesan agama. Menurutnya, dakwah melalui media sosial sangat cocok untuk generasi saat ini yang lekat dengan dunia digital. Ia menilai bahwa konten dakwah digital cukup memengaruhi mahasiswa karena sering muncul dalam aktivitas online sehari-hari. SP menyebut da'i yang ideal adalah yang mampu menyampaikan pesan dengan bahasa ringan, tidak kaku, dan memakai gaya komunikasi yang terasa akrab, sehingga mudah dipahami oleh audiens. Meskipun banyak tantangan seperti hoaks atau potongan video yang menyesatkan, SP tetap melihat media sosial sebagai peluang besar dalam dakwah karena jangkauannya luas dan mudah diakses. Ia menyarankan agar mahasiswa lebih cermat dan bertanya pada orang yang paham saat menemukan konten yang meragukan. Dari berbagai metode dakwah, SP menilai metode bil hal paling cocok digunakan di media sosial karena menunjukkan langsung

contoh perilaku yang bisa diteladani.

## **B. Pembahasan**

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguraikan secara mendalam persepsi mahasiswa terhadap metode dakwah di era digital, dengan menekankan pada dua aspek utama, yaitu pengalaman digital mahasiswa dan konteks sosial-budaya yang memengaruhi cara mereka memahami serta menilai konten dakwah. Analisis ini juga dikuatkan oleh teori persepsi serta pendekatan dakwah kontemporer berbasis media digital.

### **1. Afektif Mahasiswa terhadap Efektivitas Metode Dakwah Digital dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Keislaman di Era Digital**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa afektif mahasiswa terhadap efektivitas metode dakwah digital sangat kuat dan didominasi oleh respons positif. Respons afektif ini tidak hanya ditunjukkan melalui pernyataan verbal informan, tetapi juga tergambar melalui sikap, minat, perhatian, dan keterlibatan emosional mereka terhadap konten dakwah yang tersebar di media sosial. Mahasiswa KPI UIN Mahmud Yunus Batusangkar yang menjadi informan penelitian berasal dari kalangan generasi Z, yaitu generasi yang sejak kecil telah hidup berdampingan dengan perkembangan teknologi digital, termasuk penggunaan internet dan media sosial dalam aktivitas sehari-hari. Secara umum, mahasiswa memandang bahwa media sosial bukan sekadar sarana hiburan atau komunikasi, tetapi juga telah menjadi ruang belajar dan ruang spiritual. Platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok dinilai sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman karena memiliki fitur visual yang menarik, akses cepat, serta kemampuan menjangkau pengguna dalam jumlah besar tanpa batasan geografis. Keberadaan konten dakwah yang disampaikan dalam bentuk video singkat, infografik, ilustrasi, maupun storytelling visual terbukti mampu menarik perhatian dan membangkitkan keterlibatan emosional mahasiswa terhadap nilai-nilai keagamaan yang disampaikan. Informan seperti RH, TR, AM, dan NF menilai bahwa metode dakwah digital sangat

tepat sasaran karena disampaikan dengan gaya yang sesuai dengan karakter generasi muda. Mereka merasa lebih tersentuh dengan konten dakwah yang membahas tema kehidupan sehari-hari, seperti pentingnya menjaga hubungan keluarga, keikhlasan, semangat beribadah, atau pentingnya menjaga akhlak dalam pergaulan. Tidak sedikit dari mereka yang mengaku merasa "tersindir positif" ketika menonton konten dakwah tertentu, karena isinya begitu dekat dengan situasi yang mereka alami. Respons afektif seperti ini menunjukkan bahwa metode dakwah digital tidak hanya berhasil menyampaikan pesan, tetapi juga menyentuh aspek emosional dan batiniah mahasiswa. Selain itu, mahasiswa juga menunjukkan kecenderungan memilih dan mengikuti da'i atau konten dakwah tertentu berdasarkan kesamaan nilai, gaya bahasa, serta pendekatan personal yang digunakan. Informan mengaku lebih tertarik kepada da'i yang menyampaikan pesan dengan tutur kata yang lembut, tidak menghakimi, dan mampu membangun suasana dialog yang hangat. Mereka merasa bahwa pendekatan dakwah yang terlalu menggurui, formal, atau mengandung unsur paksaan justru menimbulkan jarak emosional. Sebaliknya, pendekatan yang ringan namun bernas dianggap lebih mengena di hati. Afeksi mahasiswa terhadap dakwah digital juga ditunjukkan melalui keterlibatan aktif mereka, seperti membagikan ulang konten dakwah yang mereka sukai, menyimpan video untuk ditonton ulang, atau bahkan menjadikannya sebagai bahan renungan pribadi. Hal ini memperlihatkan bahwa dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, melainkan juga telah menjadi bagian dari praktik keagamaan harian yang bersifat emosional dan spiritual. Beberapa informan bahkan menyatakan bahwa mereka merasa lebih semangat menjalankan ibadah atau melakukan kebaikan setelah melihat konten dakwah yang inspiratif. Respons afektif ini secara tidak langsung juga memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap efektivitas metode dakwah digital itu sendiri. Karena mereka merasa nyaman, tertarik, dan tersentuh oleh konten yang disampaikan, mereka memandang dakwah digital

sebagai metode yang lebih efektif dan relevan dibandingkan pendekatan konvensional. Hal ini memperlihatkan bahwa keterlibatan emosional audiens merupakan salah satu indikator utama efektivitas metode komunikasi dakwah, khususnya di era digital yang serba cepat dan visual.

## **2. Proses Kognitif Mahasiswa dalam Memahami, Menafsirkan, dan Menilai Konten Dakwah Digital Selain aspek afektif,**

hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mahasiswa melakukan proses kognitif yang cukup kompleks dalam memahami, menafsirkan, dan menilai konten dakwah digital. Mereka tidak bersikap pasif atau sekadar menerima apa adanya pesan-pesan yang diterima dari media sosial, tetapi justru melakukan serangkaian proses mental aktif seperti seleksi informasi, evaluasi isi pesan, refleksi makna, hingga pembentukan pemahaman pribadi berdasarkan konteks sosial dan pengalaman individu masing-masing. Dalam konteks ini, informan seperti NS, SS, dan SP mengungkapkan bahwa tidak semua konten dakwah digital dapat langsung dipercaya. Mereka menyadari adanya berbagai konten yang bersifat manipulatif, provokatif, atau bahkan menyebarkan hoaks dengan mengatasnamakan agama. Kondisi ini mendorong mahasiswa untuk bersikap lebih hati-hati, kritis, dan selektif. Mereka terbiasa melakukan cross-check informasi keagamaan yang diterima, baik dengan membandingkan berbagai sumber, mengecek keaslian video atau ceramah, maupun bertanya langsung kepada tokoh agama yang mereka percayai. Pengalaman digital yang dimiliki mahasiswa secara signifikan membentuk kerangka berpikir mereka dalam menafsirkan isi dakwah digital. Mereka yang sejak lama menggunakan media sosial memiliki kemampuan untuk membedakan konten yang kredibel dan informatif dari yang hanya bersifat viral atau sensasional. Selain itu, tingkat literasi media juga turut memengaruhi cara mahasiswa menilai konten dakwah. Mahasiswa yang memiliki pemahaman tentang bagaimana algoritma media sosial bekerja, bagaimana narasi dibentuk, serta tujuan komunikasi media, akan lebih mudah menyaring informasi dan menilai kualitas pesan dakwah yang

mereka konsumsi. Salah satu temuan menarik adalah bahwa mahasiswa cenderung lebih mudah memahami konten dakwah yang disampaikan melalui pendekatan visual dan naratif. Konten yang menggunakan cerita nyata, ilustrasi grafis, atau cuplikan kehidupan sehari-hari lebih mudah dipahami dan diingat karena sesuai dengan cara kerja kognitif mereka yang terbiasa berpikir cepat, visual, dan asosiasi. Mereka juga menunjukkan preferensi terhadap konten yang tidak hanya memberikan nasihat secara verbal, tetapi juga memberikan contoh perilaku nyata (dakwah bil hal) yang dapat ditiru atau dijadikan inspirasi. Misalnya, konten tentang kebiasaan sedekah, membantu sesama, atau menjaga etika digital dianggap lebih membumi dan menyentuh karena memperlihatkan dakwah dalam tindakan, bukan hanya kata-kata. Dalam menafsirkan konten dakwah, mahasiswa juga dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial dan budaya yang mereka hidupi. Mahasiswa yang terbiasa dengan lingkungan yang terbuka dan pluralis cenderung lebih menghargai konten dakwah yang bersifat moderat, toleran, dan mengedepankan etika dialog. Sebaliknya, mereka akan menolak konten yang mengandung unsur ekstremisme, ujaran kebencian, atau doktrin yang menghakimi kelompok lain. Proses kognitif ini berlangsung tidak hanya di tingkat individu, tetapi juga dalam diskusi kelompok, seperti dalam obrolan dengan teman, forum kampus, atau bahkan di kolom komentar media sosial yang mereka ikuti. Proses kognitif mahasiswa juga sangat dipengaruhi oleh keinginan mereka untuk mencari pemahaman agama yang rasional, aplikatif, dan sesuai dengan tantangan kehidupan modern. Mahasiswa menyatakan bahwa mereka tidak ingin hanya menjadi pendengar atau penonton, tetapi juga ingin memahami, mempertanyakan, dan jika perlu, mengkritisi isi dakwah yang mereka terima. Mereka membutuhkan narasi dakwah yang bisa menjawab persoalan kontemporer, seperti bagaimana bersikap di media sosial, bagaimana menjaga akhlak di tengah budaya digital, atau bagaimana menyikapi perbedaan dengan bijak. Dengan demikian, proses kognitif mahasiswa dalam merespon dakwah digital bukanlah proses linier

yang pasif, melainkan proses dinamis yang melibatkan berbagai dimensi — mulai dari pengalaman digital, pemahaman terhadap media, nilai-nilai sosial-budaya, hingga tingkat pendidikan dan kesadaran religius masing-masing individu. Mahasiswa berperan aktif sebagai subjek yang secara sadar membentuk pemahaman keagamaannya melalui interaksi kritis dengan media digital yang mereka konsumsi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *persepsi mahasiswa terhadap metode dakwah di era digital*, dapat disimpulkan bahwa persepsi tersebut terbentuk oleh perpaduan antara faktor internal dan eksternal. Penelitian ini berfokus pada dua subfokus utama, yakni bagaimana perhatian dan pengalaman digital mahasiswa memengaruhi persepsi mereka terhadap metode dakwah di era digital, serta apa saja konteks sosial-budaya yang membentuk interpretasi mereka terhadap pesan dakwah digital.

Pertama, dari sisi perhatian dan pengalaman digital, mahasiswa sebagai bagian dari generasi milenial dan Gen Z memiliki keterikatan yang kuat terhadap dunia digital. Mereka tumbuh dalam ekosistem teknologi yang sarat dengan informasi, termasuk konten keislaman. Pengalaman mereka dalam mengakses media dakwah baik berupa video ceramah, podcast, konten TikTok Islami, hingga infografis keagamaan mendorong terbentuknya persepsi yang cenderung adaptif terhadap bentuk dakwah modern. Dorongan internal seperti rasa ingin tahu, kebutuhan akan pemahaman agama yang instan namun praktis, serta keinginan untuk mendalami ajaran Islam melalui jalur yang sesuai dengan kebiasaan digital, menjadi faktor penting yang membentuk persepsi positif terhadap dakwah digital.

Kedua, dari sisi konteks sosial-budaya, mahasiswa tidak hidup dalam ruang hampa. Persepsi mereka terhadap metode dakwah sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial di lingkungan kampus, keluarga, pertemanan, dan komunitas keagamaan digital. Budaya digital yang melekat di media sosial membentuk cara mereka menerima dan menginterpretasikan pesan dakwah. Gaya komunikasi para da'i yang menyesuaikan diri dengan tren misalnya melalui penggunaan bahasa ringan, humor, visual kreatif, atau pendekatan storytelling membuat pesan dakwah lebih mudah dicerna. Namun, di sisi

lain, mahasiswa juga kritis terhadap konten dakwah yang terkesan dangkal, tidak komprehensif, atau bahkan bias akibat keterbatasan ruang dialog dua arah.

Secara umum, persepsi mahasiswa terhadap dakwah digital menunjukkan dua kecenderungan utama. Pertama, terdapat kelompok mahasiswa yang melihat dakwah digital sebagai sarana yang efektif, efisien, dan adaptif terhadap zaman, sehingga mampu memperluas jangkauan pesan Islam kepada audiens yang lebih luas. Bagi mereka, media digital adalah instrumen strategis yang mampu menanamkan nilai-nilai keislaman secara cepat dan kontekstual. Kedua, terdapat pula kelompok mahasiswa yang cenderung mempertanyakan kedalaman pesan dakwah digital, karena dirasa kurang menyentuh aspek spiritual secara mendalam dan cenderung bersifat instan atau superficial. Mereka melihat bahwa keterbatasan interaksi langsung dapat menghambat pemahaman utuh terhadap nilai-nilai Islam.

Dari temuan ini, dapat ditegaskan bahwa dakwah digital memiliki potensi besar sebagai sarana penyebaran Islam yang responsif terhadap dinamika kehidupan modern. Namun, untuk memaksimalkan efektivitasnya, dibutuhkan kesiapan dan kompetensi para da'i dalam menguasai teknologi serta keterampilan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens digital. Peningkatan kualitas konten dakwah yang informatif, autentik, dan berdampak secara emosional maupun intelektual menjadi hal penting agar pesan dakwah dapat diterima, dipahami, dan diinternalisasi secara positif oleh mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda muslim.

## **B. Implikasi**

### **1. Teoritis**

Teoritis Penelitian ini memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam, khususnya dalam memahami persepsi generasi muda terhadap dakwah digital. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan dakwah yang adaptif dan kontekstual dalam merespons perubahan sosial serta perkembangan teknologi informasi.

## 2. Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para da'i dalam merancang strategi dakwah yang lebih efektif, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik generasi digital.
- b. Bagi lembaga pendidikan Islam, temuan ini dapat dimanfaatkan untuk menyusun kurikulum atau pelatihan dakwah digital yang membekali mahasiswa dengan keterampilan literasi media dan komunikasi dakwah.
- c. Penelitian ini juga berguna bagi instansi atau lembaga dakwah dalam mengembangkan konten dakwah digital yang edukatif, menarik, dan dapat membentuk pemahaman keislaman yang mendalam.

## C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diberikan saran kepada sejumlah pihak sebagai berikut:

### 1. Bagi Da'i dan Lembaga Dakwah

Diharapkan meningkatkan kualitas dan daya tarik konten dakwah digital dengan mengedepankan keakuratan informasi, nilai-nilai Islam yang damai, serta gaya penyampaian yang relevan dan mudah dipahami. Pelatihan literasi digital dan komunikasi dakwah juga perlu diberikan agar para da'i mampu beradaptasi dengan dinamika media baru.

### 2. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan menjadi pengguna media digital yang cerdas dan kritis dalam mengonsumsi serta menyebarkan informasi dakwah. Penting untuk memverifikasi kebenaran isi dakwah dan menjadikan media digital sebagai sarana untuk memperkuat pemahaman dan praktik keagamaan secara bertanggung jawab.

### 3. Bagi Institusi Pendidikan

Institusi pendidikan tinggi Islam, seperti UIN Mahmud Yunus Batusangkar, diharapkan menyediakan ruang pengembangan keterampilan dakwah digital melalui pelatihan, seminar, atau kegiatan ekstrakurikuler. Kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan lembaga dakwah juga penting

dalam menghasilkan konten dakwah yang kontekstual, inspiratif, dan solutif

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdullah, H. (2019). *Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi Dan Aplikasi Dakwah*. Rajawali Pers.
- Abdullah, M. Q. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Penerbit Al-Mawardi.
- Ali Aziz, M. (2012). *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Kencana Prenada Media Group.
- Anwar, F. (2017). *Pendekatan Psikologi Komunikasi Dalam Dakwah*. Kencana.
- Arif, M. (2015). *Psikologi Persepsi Dalam Komunikasi Dakwah*. Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*. Rineka Cipta.
- Ariyantara, A. B. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Siswa Kelas Vii Smp Negeri 4 Wates Terhadap Proses Pembelajaran Permainan Bolabasket*.  
Journal.Student.Uny.Ac.Id/Ojs/Index.Php/Pjkr/Article/View/2449
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Pustaka Setia.
- Andriani, R. A. (2022). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Di Akun Instagram @Pemudahijrah (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Imam Bonjol Padang)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
- Baihaki, A. (2016). *Dasar-Dasar Psikologi Komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Bertens, K. (2005). *Etika: Pengantar Ilmu Tentang Moral*. Gramedia.
- Devri, Dkk. (2021). *Peran Literasi Digital Di Masa Pandemi*. Penerbit Andi.
- Echols, J. M., & Shadily, H. (2000). *Kamus Inggris-Indonesia*. Gramedia.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek (29th, Ed)*. PT. Remaja Rosdakary.
- Fadilah Dkk. (2023). *Strategi Dakwah Lembaga Funislam Dalam Menyebarkan Islam Yang Menyenangkan Pada Remaja Jakarta Selatan*. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Fakhruroji, M. (2019). *Strategi Dakwah Di Era Digital*. Prenadamedia Group.
- Firdaus, M. (2018). *Strategi Komunikasi Dakwah Di Era Digital*. Prenada Media.
- Flew, T. (2008). *New Media: An Introduction (3rd Ed.)*. Oxford University Press.
- Hafidhuddin, D. (1998). *Dakwah Dan Komunikasi: Konsep, Teori, Dan Aplikasi*. Gema Insani Press.
- Latif. (2018). *Konsep Dakwah Efektif. Mawaizh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Islam, IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung.
- Latif. (2019). *Strategi Dakwah Wilayatul Hisbah Dalam Pelaksanaan Pengawasan Syari'at Islam Di Kota Langsa*. Program Pascasarjana Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Mahfuz, A. (1985). *Hidayah Al-Murshidin*. Maktabah Dar Al-Fikr.
- Maimunah. (2023). Psikologi Komunikasi Dalam Komunikasi Dakwah: Systematic Literature Review. Bil Hikmah. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 177–192.
- Makhsus. (2013). *Persepsi Masyarakat Tentang Pentingnya Pendidikan Formal 12 Tahun (Studi Kasus Kampung Pejamuran , Desa Pasilian,Kecamatan Kronjo,Kabupaten Tangerang)*.
- Mardalis. (1995). *Metodologi Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Bumi Aksara.
- Mcquail, D. (2000). *Mcquail's Mass Communication Theory (4th Ed.)*. Sage Publications.
- Megawati. (2016). *Kesulitan Mahasiswa Dalam Mencapai Pembelajaran Bahasa Inggris Secara Efektif*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Mokodompit, N. F. (2022). Penataan Dakwah Islamiyah Antara Keharusan Dan Kebutuhan Masyarakat Di Kelurahan Islam Manado. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(2), 112–123.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi, Cetakan Ke-36)*.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Munir, M. D. (2009). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Kencana Prenada Media Group.
- Nurhikmah, D., Wahyudin, A., & Kusnawan, A. (2023). Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Berhutang Dalam Akun Tiktok @Kadamsidik00. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan*, 3(1), 427–448.
- Naufal, M., & Ramayulis. (2023). Respon Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Di Media Sosial (Studi Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Di Akun Instagram @Nasihatayah). *Jurnal Komunikasi Islam Dan Penyiaran*, 5(2), 623–638.
- Partanto, P., & Al-Barry, D. (1994). *Kamus Ilmiah Populer*. Pradnya Paramita.
- Prisina, D. (2014). *Psikologi Persepsi Dalam Komunikasi Dakwah*. Rajagrafindo Persada.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rahmawati, & Hadijah, S. (2022). Persepsi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Terhadap Konten Dakwah Pada Siaran Radio Fajar 107.7 FM. *Skripsi Sarjana*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Simbiosia Rekatama Media.
- Saputra, W. (2012). *Komunikasi Dalam Dakwah: Teori Dan Praktik*. Rajawali Pers.
- Sugandi, I. (2023). Respons Mahasiswa Terhadap Dakwah Di Media Sosial (Studi Respon Mahasiswa KPI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Terhadap Konten Dakwah Di Akun Youtube Islami). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 4(2), 167–195.
- Schramm, W. (1977). *Mass Media And National Development: The Role Of Information In The Developing Countries*. Stanford University Press.
- Sholihah. (2025). Unsur-Unsur Yang Mempengaruhi Persepsi Individu: Kajian Psikologi Komunikasi. *Jurnal Psikologi Dan Komunikasi*, 12(1), 45–58.
- Sillars, S. (1998). *Success In Communication*. Harpercollins.
- Sudarsono, A. (2016). Hubungan Persepsi Terhadap Kesehatan Dengan Kesadaran (Mindfulness) Menyeter Sampah Anggota Klinik Asuransi Sampah Di Indonesia Medika. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan, Vol. 04*,

N.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Surbakti. (2023). *Membangun Koneksi Dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah Yang Efektif Dalam Era Digital*. *Al-DYAS, Volume 2*.

Syukir, A. (1986). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Pustaka Pelajar.