

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN DAKWAH TIKTOK  
HUSAIN BASYAIBAN TERHADAP PERILAKU SOSIAL MAHASISWA  
MUSLIM PADA PENGURUS IKATAN PELAJAR MAHASISWA  
KEPULAUAN RIAU YOGYAKARTA (IPMKRY)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

**Disusun Oleh :**

**Nora Erlinawati**

**NIM 20102010032**

**Dosen Pembimbing Skripsi**

**Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.**

**NIP 19910322 202012 2 011**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2024**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-917/Un.02/DD/PP.00.9/06/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN DAKWAH TIKTOK HUSAIN BASYAIBAN TERHADAP PERILAKU SOSIAL MAHASISWA MUSLIM PADA PENGURUS IKATAN PELAJAR MAHASISWA KEPULAUAN RIAU YOGYAKARTA (IPMKRY)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NORA ERLINAWATI  
Nomor Induk Mahasiswa : 20102010032  
Telah diujikan pada : Kamis, 30 Mei 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



Ketua Sidang

Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 66667fd9222c1



Penguji I

Dr. Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 6662575183fd6



Penguji II

Taufik Rahman, M.Sos.  
SIGNED

Valid ID: 6662a7a5b5562



Yogyakarta, 30 Mei 2024

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 66668e926260c

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856  
Yogyakarta 55281

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Nora Erlinawati  
NIM : 20102010032  
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Dakwah TikTok Husain Basyaiban Terhadap Perilaku Sosial Mahasiswa Muslim Pada Pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY)

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 22 Mei 2024

Pembimbing,

Dian Eka Permasari, S.Ds., M.A.  
NIP 19910322 202012 2 011

Mengetahui,  
Ketua Program Studi,

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.  
NIP 19840307 201101 1 013

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nora Erlinawati  
NIM : 20102010032  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul :  
“Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Dakwah TikTok Husain Basyaiban Terhadap Perilaku Sosial Mahasiswa Muslim Pada Pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY)” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Mei 2024

Yang menyatakan,



Nora Erlinawati  
20102010032

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

### SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nora Erlinawati  
NIM : 20102010032  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa pasfoto yang disertakan pada ijazah saya memakai kerudung/jilbab adalah atas kemauan saya sendiri dan segala konsekuensi/risiko yang dapat timbul dikemudian hari adalah tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 22 Mei 2024

Yang menyatakan,



Nora Erlinawati

20102010032

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Almamater Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Almarhum ayah saya, mama saya dan keluarga tercinta yang telah mendukung dan  
mendoakan selama penyusunan skripsi ini

Dan untuk diri saya sendiri yang sudah mau berjuang untuk menyelesaikan skripsi  
ini hingga selesai



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**MOTTO**

“ Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji

kekuatan akarnya”

( Ali bin Abi Thalib)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, puji dan syukur selalu peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT. berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti mampu melewati segala rintangan yang ada dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tucurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. berkat kehadirannya yang menjadi penerang dan petunjuk umat manusia dari zaman yang penuh dengan kegelapan hingga zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata 1 pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari akun dakwah pada media sosial *TikTok* terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim perantauan di Yogyakarta. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari doa, bantuan, dan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, izinkan peneliti menyampaikan rasa terima kasih dan syukur kepada :

1. Almarhum Ayah saya, Bapak Subarno yang menjadi motivasi terbesar peneliti untuk semangat menjalani perkuliahan hingga selesai.



2. Mama saya tercinta Ibu Ernawati dan Bapak Nazarudin terima kasih selalu mendukung, mendoakan, dan membiayai semua kebutuhan perkuliahan peneliti.
3. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
4. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
5. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
6. Dosen Penasehat Akademik, Dr. Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si yang telah memberikan arahan dan nasehat selama peneliti berkuliah.
7. Dosen Pembimbing Skripsi, Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A. yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan, masukan, dan dukungan selama penulisan skripsi ini.
8. Segenap Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman selama peneliti menempuh pendidikan di bangku kuliah.
9. Sahabat-sahabat saya Amna Fadillah dan Winalda Putri Ramadhanty, terima kasih selalu percaya dan memberikan semangat bahwa peneliti mampu mengejar mimpi menyelesaikan perkuliahan ini.

10. Saudara Muhamad Fazlurrahman Arqoun terima kasih telah memberikan dukungan dan meyakinkan peneliti bahwa peneliti mampu menyelesaikan pendidikan sarjana ini.
11. Keluarga besar Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY), yang telah menjadi tempat peneliti belajar berorganisasi, melakukan penelitian, dan menemukan keluarga kedua di perantauan.
12. Keluarga besar Asrama Putri Kepulauan Riau Yogyakarta, terima kasih untuk Jihan, Dinda, Faiq, Feby, Latri, Maryam, Kiki, Yani, Syla, Mba Fira dan Rani yang telah menjadi keluarga dan mendengarkan keluh kesah peneliti dari awal perkuliahan hingga selesai.
13. Teman kerja peneliti, Mba Rizky, Mba Monita dan Nidau yang telah rela untuk bertukar shift dan mengerti kesulitan peneliti membagi waktu antara bekerja dan perkuliahan
14. Teman seperjuangan saya, Igo Andrean Wardhana dan M Reza Syahputra yang telah memberikan warna pada masa perkuliahan peneliti. Terima kasih juga selalu mendukung, memberikan bantuan, dan mau berjuang untuk wisuda bersama.

Dan untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu semoga selalu dalam lindungan Allah SWT. Peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun, karena peneliti menyadari banyak kekurangan dan keterbatasan

dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan penelitian selanjutnya

Yogyakarta, 22 Mei 2024

Peneliti

Nora Erlinawati

20102010032



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Media sosial merupakan hasil dari kemajuan teknologi yang marak digunakan karena kemudahannya dalam penyebaran informasi dan komunikasi. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) per tahun 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215 juta pengguna. Salah satu kota di Indonesia yang memiliki penetrasi tertinggi pada tahun 2024 adalah Yogyakarta. Yogyakarta memiliki tingkat penetrasi internet sebesar 83,73%. Sebagai media komunikasi dan hiburan, media sosial juga digunakan sebagai media dakwah yang ternyata mampu mempengaruhi perilaku manusia. Salah satunya adalah akun dakwah TikTok Husain Basyaiban.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang ditimbulkan dari intensitas mengakses akun dakwah TikTok Husain Basyaiban terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY), seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan dari intensitas mengakses akun dakwah TikTok Husain Basyaiban terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus IPMKRY dan bagaimana arah pengaruhnya. Penelitian ini didasarkan pada asumsi dasar Teori Jarum Hipodermik yang menyatakan bahwa media massa bersifat langsung, cepat, dan mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 67 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari intensitas mengakses akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus IPMKRY sebesar 39,6% dan arah pengaruh yang ditimbulkan positif artinya semakin tinggi intensitas mengakses akun dakwah TikTok Husain Basyaiban maka semakin tinggi pengaruh yang ditimbulkan terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus IPMKRY.

**Kata Kunci : Intensitas Mengakses, Akun TikTok Husain Basyaiban, Perilaku Sosial**

## **ABSTRACT**

*Social media is the result of technological advances which are widely used because of their ease in disseminating information and communication. According to a survey by the Indonesian Internet Service Providers Association (APJII) in 2023, the number of internet users in Indonesia will reach 215 million users. One of the cities in Indonesia that will have the highest penetration in 2024 is Yogyakarta. Yogyakarta has an internet penetration rate of 83.73%. As a medium of communication and entertainment, social media is also used as a medium for da'wah which turns out to be able to influence human behavior. One of them is Husain Basyaiban's TikTok preaching account*

*This research aims to find out whether there is an influence caused by the intensity of accessing Husain Basyaiban's TikTok preaching account on the social behavior of Muslim students on the management of the Yogyakarta Riau Islands Student Association (IPMKRY), how much influence the intensity of accessing Husain Basyaiban's TikTok preaching account has on behavior. Muslim students' social relations with the IPMKRY management and what is the direction of influence. This research is based on the basic assumptions of the Hypodermic Needle Theory which states that mass media is direct, fast, and has a very strong impact on society.*

*This research uses a quantitative approach with data collection techniques by distributing questionnaires to 67 respondents. The results of this research show that there is a significant influence of the intensity of accessing Husain Basyaiban's TikTok preaching account on the social behavior of Muslim students on the IPMKRY board of 39.6% and the direction of the influence is positive, meaning that the higher the intensity of accessing Husain Basyaiban's TikTok preaching account, the higher the influence. caused by the social behavior of Muslim students on the IPMKRY management.*

***Keyword: Intensity of access, Husain Basyaiban's TikTok, Social Behavior,***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Batasan Masalah .....	12
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	13
F. Kajian Pustaka .....	14
G. Kerangka Teori .....	20
H. Kerangka Pemikiran.....	36
I. Hipotesis .....	38
J. Sistematika Pembahasan .....	38
<b>BAB II METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Definisi Konseptual.....	40
C. Definisi Operasional.....	44
D. Populasi dan Sampel .....	47

E. Instrumen Penelitian.....	49
F. Teknik Pengumpulan Data .....	51
G. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52
H. Analisi Data .....	57
<b>BAB III GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>61</b>
A. Profil Singkat akun TikTok Husain Basyaiban .....	61
B. Topik Konten Dakwah Akun TikTok Husain Basyaiban @kadamsidik00 ....	62
C. Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta .....	63
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>71</b>
A. Karakteristik Responden .....	72
B. Analisis Data.....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kajian Terdahulu Yang Relevan Dengan Penelitian.....	17
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel (X) .....	45
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel (Y) .....	46
Tabel 4. Skala Likert.....	49
Tabel 5 Kisi Kisi Kuesioner Variabel (X) Intensitas Mengakses Akun Dakwah TikTok Husain Basayiban @kadamsidik00.....	50
Tabel 6. Kisi-Kisi Kuesioner Variabel (Y) Perilaku Sosial Mahasiswa Muslim Pada Pengurus IPMKRY .....	50
Tabel 7. Kategori Koefisien Uji Validitas.....	53
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel X Intensitas Mengakses .....	54
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Y Perilaku Sosial.....	55
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X Intensitas Mengakses .....	56
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y Perilaku Sosial.....	57
Tabel 12. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Tabel 13. Data Responden Berdasarkan Usia .....	72
Tabel 14. Data Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi .....	73
Tabel 15. Perhitungan Kategorisasi Skor Total Indikator.....	75
Tabel 16. Indikator Perhatian Intensitas Mengakses Akun Dakwah TikTok @kadamsidik00 .....	77
Tabel 17. Indikator Penghayatan Intensitas Mengakses Akun Dakwah TikTok @kadamsidik00 .....	78
Tabel 18. Indikator Durasi Intensitas Mengakses Akun Dakwah TikTok @kadamsidik00 .....	79
Tabel 19. Indikator Frekuensi Intensitas Mengakses Akun Dakwah TikTok @kadamsidik00 .....	80
Tabel 20. Intensitas Mengakses Akun Dakwah TikTok @kadamsidik00 .....	82



Tabel 21. Indikator Kognitif Perilaku Sosial.....	83
Tabel 22. Indikator Afektif Perilaku Sosial .....	85
Tabel 23. Indikator Konatif Perilaku Sosial.....	86
Tabel 24. Perilaku Sosial Mahasiswa Muslim Pada Pengurus IPMKRY.....	87
Tabel 25. Hasil Uji Normalitas .....	88
Tabel 26. Hasil Uji Linearitas .....	89
Tabel 27. Model <i>Summary</i> dalam Uji Regresi Linear Sederhana .....	90
Tabel 28. <i>Coefficientes Table</i> dalam Uji Regresi Linear Sederhana.....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Aplikasi Populer Dunia.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2 Profil TikTok Husain Basyaiban .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3 Komentar Pada Konten-Konten Dakwah Husain di TikTok .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4 Tingkat Penetrasi Internet di Pulau Jawa Berdasarkan Provinsi (2024) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 5. Gambar Kerangka Teori .....	35
Gambar 6. Gambar Kerangka Pemikiran .....	37



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

*New media* atau media sosial merupakan alat komunikasi yang sangat diminati oleh masyarakat modern. Meike dan Young dalam Nasrullah menjelaskan bahwa media sosial merupakan titik temu antara komunikasi personal dan media publik untuk saling berinteraksi tanpa ada ketentuan khusus.<sup>1</sup> Penggunaan media sosial saat ini telah menjadi kebutuhan primer yang harus dipenuhi. Hal tersebut dikarenakan adanya kebutuhan akan pengetahuan, informasi, dan hiburan.

Dilansir dari website hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) per tahun 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215 juta pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah pengguna internet sebesar 1,17% dibandingkan dengan tahun 2022 yang berjumlah 210 juta pengguna internet.<sup>2</sup> Lembaga *We Are Social* telah memublikasikan akses terhadap penggunaan internet yang mengakses media sosial di seluruh dunia. Untuk Indonesia, data riset menunjukkan pengguna internet yang mengakses media sosial aktif di Indonesia berjumlah 167 juta

---

<sup>1</sup> Nasrullah Rulli, "Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi" (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm 11.

<sup>2</sup> <https://survei.apjii.or.id/survei> diakses pada 09 Januari 2024

pengguna atau 60,4% dari total populasi.<sup>3</sup> Data tersebut juga menampilkan bahwa rata-rata pengguna Internet menghabiskan waktu hampir 3 jam untuk berselancar di media sosial.

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yakni jaringan, informasi, arisp, interaksi, dan simulasi sosial.<sup>4</sup> Salah satu karakteristik media sosial yang menjadikannya marak digunakan oleh masyarakat saat ini adalah infomasi. Dalam proses penyebaran informasi, media sosial mampu menyebarkan informasi hingga lokasi yang tidak terbatas dan dalam kurun waktu yang sangat cepat. Salah satu media sosial yang marak digunakan oleh masyarakat hingga saat ini adalah *TikTok*. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat Jonathan Briskman dalam website sensor tower yang menjelaskan aplikasi *TikTok* telah mencapai 3,5 miliar unduhan pada tahun 2021. TikTok menjadi aplikasi dengan jumlah unduhan terbanyak sejak awal tahun 2018. Jumlah unduhan aplikasi *TikTok* hampir melewati ambang batas sebagai satu-satunya aplikasi yang tidak dimiliki oleh meta.<sup>5</sup>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

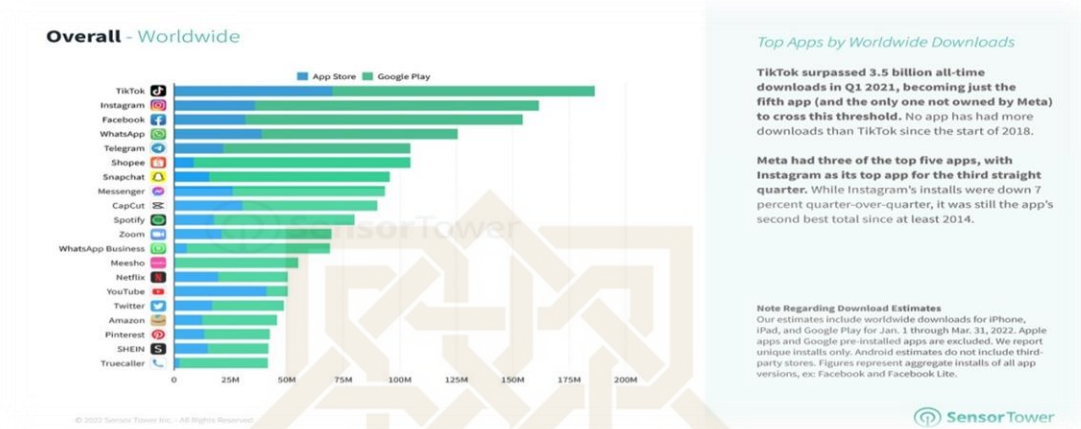
---

<sup>3</sup> Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024," <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/> diakses pada 26 Maret 2024.

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm 16.

<sup>5</sup> Jonathan Briskman, "Sensor Tower's Q1 2022 Data Digest: Worldwide App Downloads Reached 37 Billion Last Quarter," <https://sensortower.com/blog/q1-2022-data-digest> diakses pada 26 Maret 2023.

**Gambar 1. Aplikasi Populer Dunia**



Sumber: Sensor Tower, 2022 <sup>6</sup>

*TikTok* merupakan aplikasi yang berasal dari Tiongkok yang diluncurkan pada tahun 2016. Sebelum populer seperti saat ini, di negara asalnya *TikTok* dikenal dengan nama Douyin. *TikTok* adalah aplikasi jejaring sosial dan *platform* video yang dilengkapi dengan filter dan musik sebagai pendukung. Media sosial *TikTok* memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk sekreatif mungkin mengedit dan mengupload video.<sup>7</sup> *TikTok* memiliki jumlah pengguna aktif sebanyak 1,5 miliar pada tahun 2023 dan diperkirakan akan naik mencapai dua miliar pada akhir tahun 2024.<sup>8</sup> Jumlah ini menunjukkan peningkatan 17% dari tahun sebelumnya. Persentase tersebut menunjukkan bahwa *TikTok* kini menjadi aplikasi yang sangat populer tidak hanya di Indonesia tetapi di seluruh dunia.

<sup>6</sup> *ibid.*

<sup>7</sup> Winarso Bambang, "Apa Itu TikTok Dan Apa Saja Fitur-Fiturnya," *DailySocial*, last modified 2021, <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>. diakses pada 03 Oktober 2023

<sup>8</sup> Mansur Iqbal, "Statistik Penggunaan dan Pendapatan TikTok (2024)", *businessofapps.com* <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/> diakses pada 18 Februari 2024

Di awal kemunculan *TikTok*, masyarakat hanya menggunakan aplikasi ini untuk membagikan video berjoget ria, memberikan *like*, dan komentar antar penggunanya. Hal tersebut membuat citra aplikasi *TikTok* di awal dinilai sebagai aplikasi yang tidak bermanfaat. Selain itu pada tahun 2018 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Indonesia memblokir aplikasi *TikTok* karena konten yang ada pada aplikasi *TikTok* dipenuhi dengan video asusila. Namun pemblokiran tersebut hanya bersifat sementara, sampai aplikasi *TikTok* menghapus konten-konten ilegal yang beredar saat itu.<sup>9</sup>

Seiring dengan perkembangan aplikasi *TikTok* kini konten atau video yang ada pada aplikasi *TikTok* semakin bervariasi. Mulai dari konten edukasi, hiburan, humor, hingga dakwah. Aplikasi *TikTok* memiliki daya tarik yang sangat kuat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sakinah Asrat dan Abdul Fadli Kalaloi fitur-fitur yang ada pada aplikasi *TikTok* membuat *TikTok* memiliki daya tarik yang kuat.<sup>10</sup> Fitur yang ada pada aplikasi *TikTok* berbeda dengan aplikasi lainnya seperti Instagram dan Facebook fitur musik, filter, stiker, dan *countdown* yang ada pada *TikTok* sangat mempermudah konten *creator* memberikan informasi yang ingin disampaikan.<sup>11</sup> Pesan yang terkandung pada konten yang sama kemudian diakses berulang-ulang akan membentuk opini secara langsung

---

<sup>9</sup> [https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan\\_media?a=VP20891D](https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan_media?a=VP20891D) diakses pada 09 Januari 2024

<sup>10</sup> Sakinah Asrat dan Abdul Fadli Kalaloi, "Daya Tarik Fitur Aplikasi Tik Tok Dalam Memediasi Informasi Kesehatan Di Era Pandemi," *e-Proceeding of Management* 9, no. 2 (2022): hlm 979.

<sup>11</sup> *Ibid.*

maupun tidak langsung pada penggunaannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Luluk Makhrifatul Madhani dan teman-teman dengan judul “*Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta*” ditemukan bahwa video ceramah yang di unggah berulang kali oleh akun fanbase atau biasa disebut dengan fans para asatidz di *TikTok* sangat memotivasi mahasiswa karena video yang disajikan singkat dan lebih mudah dipahami. Tidak hanya itu pada penelitian tersebut juga disebutkan bahwa beberapa pengguna *TikTok* mudah untuk mengingat konten-konten dakwah karena konten tersebut sering muncul pada beranda dan diakses berulang-ulang<sup>12</sup>. Hal ini menjadi bukti bahwa munculnya *TikTok* sebagai salah satu produk jejaring sosial telah menghasilkan interaksi sosial, dimana terdapat kontak sosial yang terjadi antara anggota masyarakat yang saling membentuk makna yang luas dalam berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya.<sup>13</sup>

Penggunaan media sosial *TikTok* sebagai media dakwah telah banyak menarik perhatian pendakwah di Indonesia untuk menyampaikan dakwah melalui aplikasi tersebut. Dakwah yang semula dilakukan secara konvensional kini mulai menjamah media sosial. *TikTok* memiliki pengaruh yang cukup besar bagi perilaku seseorang dan dapat memberikan dampak positif dan dampak negatif.

Mengingat rendahnya kesadaran manusia terkait ajaran agama, beberapa dai

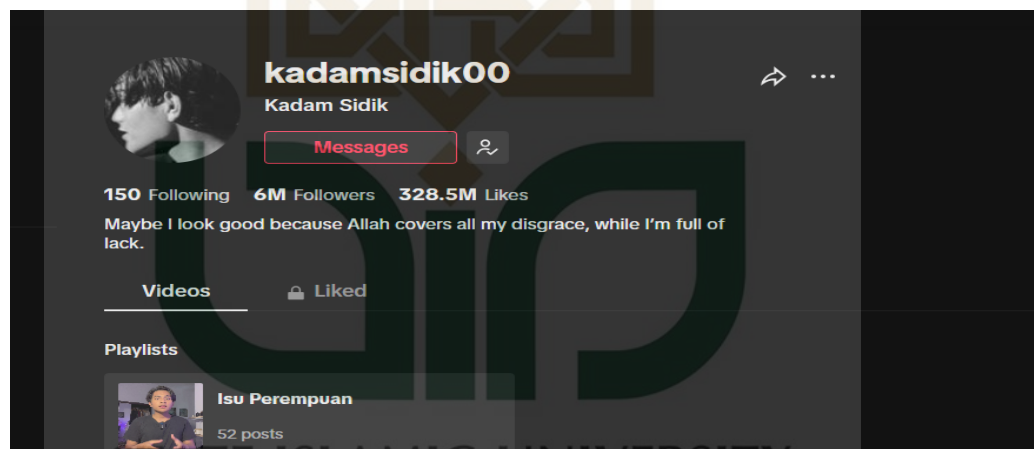
---

<sup>12</sup> Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa di Yogyakarta. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), hlm 635-636

<sup>13</sup> Yulia Nafa Fitri Randani et al., “Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial,” *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 3, no. 1 (2021): 587–601.

berusaha memanfaatkan aplikasi *TikTok* untuk menyampaikan pesan dakwah. Salah satu dai muda yang memanfaatkan aplikasi *TikTok* sebagai media dakwah adalah Husain Basyaiban. Pria kelahiran 2002 yang kerap disapa Husain ini mulai melakukan dakwah di aplikasi *TikTok* pada tahun 2018. Akun *TikTok* Husain @kadamsidik00 telah diikuti oleh 6 juta pengguna *TikTok*. Ketika berdakwah Husain selalu memiliki daya tarik tersendiri. Mulai dari penggunaan bahasa yang ringan, mudah dipahami, juga pola penyampaian dakwah yang singkat dan jelas.

**Gambar 2. Profil TikTok Husain Basyaiban**



Sumber: TikTok Husain Basyaiban @kadamsidik00<sup>14</sup>

Husain juga menyampaikan dalil sebagai penguat dari setiap video dakwah yang disampaikannya melalui *TikTok*. Dalam berdakwah Husain tidak hanya sekedar menyampaikan, tetapi ia selalu mempraktekkan. Sehingga tidak heran jika *viewers* setiap video dakwah yang diunggah oleh Husain di *TikTok* mencapai 7 juta lebih.

<sup>14</sup> “Profil TikTok Husain Basyaiban,” [tiktok.com/@kadamsidik00?lang=id-ID](https://www.tiktok.com/@kadamsidik00?lang=id-ID).



Konten dakwah yang di unggah oleh Husain di akun TikTok selalu mendapat respon yang baik dari para *followersnya*. Tidak sedikit dari mereka yang merasa tercerahkan setelah melihat konten dakwah tersebut. Husain menjadi salah satu bukti bahwa generasi millennial memiliki pengaruh yang cukup besar dan memiliki kontribusi nyata dalam menyebarkan dakwah.

**Gambar 3. Komentar Pada Konten-Konten Dakwah Husain di TikTok**



Sumber: TikTok Husain Basyaiban @kadamsidik00<sup>15</sup>

Berbicara mengenai pengaruh generasi millennial dalam berdakwah di media sosial terutama *TikTok* menjadi suatu hal yang sangat menarik. Hal ini dikarenakan aplikasi *TikTok* telah menarik banyak kalangan untuk mulai berdakwah menggunakan aplikasi tersebut. Dari penelitian yang dilakukan oleh Luluk Makhrifatul Madhani dan teman-teman disebutkan bahwa tidak hanya konten dakwah dari ulama besar

<sup>15</sup> <https://www.tiktok.com/@kadamsidik00/video/7277952134472142086?lang>.

seperti Syekh Ali Jaber, Ustadz Abdul Somad dan Habib Husein Ja'far yang diminati oleh mahasiswa muslim di Yogyakarta tetapi konten dakwah dari kalangan influencer muda seperti Husain Basyaiban, Nadabadra, Taqy Malik dan sebagainya juga diminati oleh kalangan mahasiswa muslim di Yogyakarta.<sup>16</sup>

Penelitian mengenai pengaruh intensitas mengakses akun dakwah di *TikTok* terhadap sikap keberagaman dan perilaku sosial mahasiswa sudah dilakukan. Salah satunya oleh Desviana yang meneliti pengaruh intensitas mengakses akun dakwah *TikTok* terhadap sikap keberagaman followers *TikTok* Husain Basyaiban.<sup>17</sup> Dan juga penelitian seputar dampak penggunaan aplikasi *TikTok* terhadap perubahan perilaku sosial mahasiswa pada fakultas FKIP di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa oleh Meila Dwi dan teman-teman.<sup>18</sup> Selain itu, penelitian terkait pengaruh penggunaan media sosial selain *TikTok* terhadap tingkat religiusitas juga sudah dilakukan oleh peneliti lain. Dari beberapa penelitian tersebut belum ada penelitian yang mengkaji pengaruh intensitas mengakses akun dakwah di media sosial *TikTok* terhadap perilaku sosial mahasiswa, khususnya mahasiswa muslim perantauan di kota Yogyakarta. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh intensitas mengakses akun dakwah di *TikTok* terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim perantauan di Yogyakarta yang aktif pada organisasi kedaerahan.

---

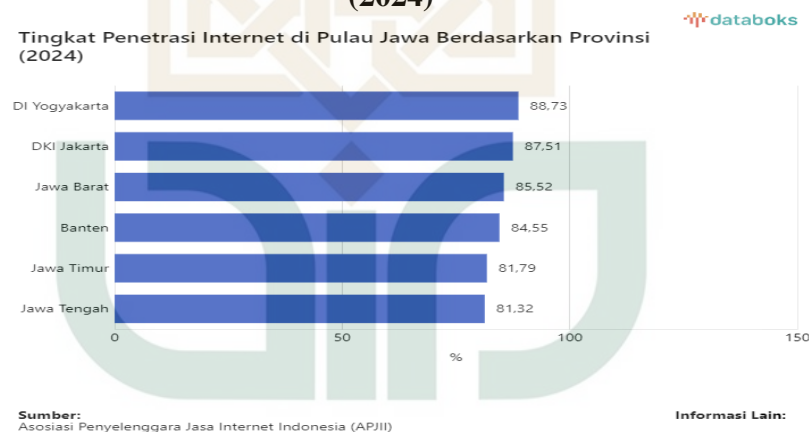
<sup>16</sup> Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I, hlm 636

<sup>17</sup> Desviana, "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok Dakwah @Basyaman00 Terhadap Sikap Keberagaman ( Survei Pada Followers TikTok @Basyaman00)" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021) .

<sup>18</sup> Nurmala, M. D., vany Afrizal, S., & Wibowo, T. U. (2022). Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 8(1).

Ketertarikan peneliti didukung oleh beberapa data yang peneliti temui. *Pertama*, mendapat julukan sebagai kota pelajar atau kota pendidikan tidak heran jika Yogyakarta dipenuhi oleh mahasiswa perantauan yang berasal dari Sabang sampai Merauke. Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah V Yogyakarta terdapat sekitar 266.491 mahasiswa aktif pada tahun 2020 di Yogyakarta.<sup>19</sup> *Kedua*, Yogyakarta menjadi kota dengan penetrasi Internet tertinggi di pulau Jawa pada tahun 2024.

**Gambar 4. Tingkat Penetrasi Internet di Pulau Jawa Berdasarkan Provinsi (2024)**



Sumber : Databoks, 2024<sup>20</sup>

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi internet di pulau Jawa mencapai 83,64% dari total keseluruhan provinsi di pulau Jawa. Tercatat provinsi DI Yogyakarta memiliki penetrasi internet tertinggi di

<sup>19</sup> <https://lldikti5.id/lldikti5/edashboard/index.php> diakses pada 19 Februari 2024

<sup>20</sup> Annur Mutia Cindy, "Penetrasi Internet DI Yogyakarta Tertinggi Di Pulau Jawa Pada 2024," *Databoks.Katadata.Co.Id*, last modified 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/05/penetrasi-internet-di-yogyakarta-tertinggi-di-pulau-jawa-pada-2024>.

pulau Jawa dengan persentase sebesar 88,73%.<sup>21</sup> Melihat jumlah mahasiswa aktif di Yogyakarta yang cukup banyak dan persentase pengguna Internet yang tinggi membuat peneliti ingin mengetahui apakah intensitas mengakses akun dakwah di *TikTok* dapat mempengaruhi perilaku sosial Mahasiswa muslim perantauan di Yogyakarta.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel mahasiswa muslim pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY). IPMKRY atau Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta merupakan organisasi kedaerahan yang menghimpun pelajar dan mahasiswa asal provinsi Kepulauan Riau yang sedang menuntut ilmu di Yogyakarta. Kepulauan Riau merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kental dengan adat istiadat dan peradaban melayu. Seperti yang kita ketahui masyarakat melayu sangat menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dan adat istiadat. Maka dari itu peneliti memilih untuk mengambil sampel pada penelitian ini yaitu mahasiswa yang berasal dari Kepulauan Riau. Sebagai mahasiswa perantauan mereka dituntut untuk menyesuaikan diri dengan latar belakang budaya yang berbeda. Kondisi tersebut jelas menimbulkan *culture shock* atau perubahan perilaku sosial dalam diri mahasiswa pada Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta.

Pada penelitian ini peneliti mengambil subyek yaitu akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban @kadamsidik00. Berdasarkan asumsi dan sudut pandang peneliti

---

<sup>21</sup> *Ibid.*

pengaruh pada konten dakwah Husain patut untuk diteliti. Selain karena cara penyampaian dakwahnya yang berbeda dengan dai lainnya, viewers setiap video dakwah yang mencapai jutaan lebih, juga konten-konten dakwah Husain selalu bersangkutan dengan permasalahan anak muda saat ini. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa konten pada aplikasi *TikTok* yang diakses berulang kali secara tidak sadar mampu memberikan pengaruh kepada penonton. Mulai dari perilaku hingga emosi dalam diri. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang seberapa besar “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Dakwah *TikTok* Husain Basyaiban Terhadap Perilaku Sosial Mahasiswa Muslim Pada Pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY).

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang peneliti mengidentifikasi permasalahan yang ada pada penelitian ini yaitu :

1. Tingginya angka pengguna internet di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Aplikasi *TikTok* menjadi aplikasi dengan jumlah pengguna terbanyak pada tahun 2023
3. *TikTok* menjadi media dakwah baru bagi dai untuk melakukan dakwah di media sosial.
4. Postingan pada aplikasi *TikTok* memiliki pengaruh untuk memotivasi dan mengubah perilaku seseorang.

### **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih fokus dan terarah maka penelitian ini dibatasi pada hal-hal yang dapat mempengaruhi perilaku sosial melalui intensitas mengakses postingan akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban @kadamsidik00 sepanjang tahun 2023 dengan viewers video yang mencapai 1 juta viewers dan responden mahasiswa muslim pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta.

### **D. Rumusan Masalah**

Guna mempermudah pencarian data dan penelitian ini berjalan sistematis maka peneliti merumuskan masalah dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah intensitas mengakses akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban berpengaruh terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta?
2. Seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan dari intensitas mengakses akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus IPMKRY?
3. Bagaimana arah pengaruh yang ditimbulkan dari mengakses akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus IPMKRY

## **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan secara teoritik sekaligus untuk mengetahui jawaban dari rumusan masalah yaitu :

- a. Untuk mengetahui apakah intensitas mengakses akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban berpengaruh terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY)
- b. Untuk membuktikan bahwa akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban berpengaruh terhadap perilaku sosial mahasiswa pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY).
- c. Untuk menjelaskan bagaimana arah pengaruh yang ditimbulkan dari intensitas mengakses akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta?

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah literature khususnya pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengelaborasi dakwah sekaligus menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya

yang berkaitan dengan media sosial sebagai media dakwah. Mengingat tingginya angka penggunaan media sosial saat ini yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.

b. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis yang dapat diambil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh intensitas mengakses akun dakwah di media sosial *TikTok* terhadap perubahan perilaku sosial mahasiswa.

**F. Kajian Pustaka**

Sebelum peneliti melanjutkan penelitian, peneliti melakukan tinjauan pustaka terlebih dahulu terhadap penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan pembahasan dan tema penelitian ini. Penelitian terdahulu yang menjadi referensi peneliti.

Pertama, Skripsi oleh Desviana tahun 2021 dengan judul “*Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok Dakwah @Basyaman00 Terhadap Sikap Keberagaman (Survei Pada Followers TikTok @basyaman00)*”.<sup>22</sup> Skripsi ini membahas tentang pengaruh intensitas mengakses akun dakwah *TikTok* terhadap sikap keberagaman dengan dengan survei pada *followers* akun *TikTok* @Basyaman00. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dengan kekuatan hubungan dalam kategori kuat yaitu 0,793. Artinya

---

<sup>22</sup> Desviana, *Pengaruh Intensitas Mengakses*, hlm i



semakin tinggi intensitas mengakses maka sikap keberagaman mad'u akan meningkat. Adapun besar pengaruh yang diberikan variabel intensitas terhadap sikap keberagaman sebesar 62.0%. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada subjek penelitian, yakni akun *TikTok* Husain Basyaiban dengan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel terikat (Y) dimana dalam penelitian ini terhadap sikap keberagaman, sementara dalam skripsi ini terhadap perubahan perilaku sosial.

Kedua, penelitian dari Meila Dwi Nurmala, Stevany Afrizal, Tubagus dan Umar Syarif Hadi Wibowo pada tahun 2022 dengan judul "*Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa*".<sup>23</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak penggunaan aplikasi *TikTok* terhadap perubahan perilaku sosial mahasiswa di FKIP UNTIRTA. Hasil penelitian ini menunjukkan dampak perubahan perilaku sosial mahasiswa akibat penggunaan aplikasi *TikTok* yaitu kurang bergaul, lebih eksis mengikuti zaman, muncul rasa kecanduan yang berlebihan, timbul budaya konsumtif, dan yang terakhir waktu istirahat menjadi berkurang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan model fenomenologi. Persamaan dalam penelitian ini adalah subjek penelitian yaitu media sosial *TikTok*. Sedangkan perbedaannya terletak pada metodologi yang digunakan dimana dalam penelitian ini menggunakan

---

<sup>23</sup> Nurmala, M. D., vany Afrizal, S., & Wibowo, T. U, *Dampak Penggunaan Aplikasi*, hlm 2-12.

metode penelitian kualitatif sedangkan skripsi ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif.

Ketiga, Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ninda Beny Asfuri, Inda Meisari, Rika Yuni Ambarsari, Luncana Faridhoh Sasmito, dan Harbono dengan judul “*Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Siswa Kelas Tinggi SD Negeri 03 Banjarharjo Kebakkramat Karanganyar*”.<sup>24</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang dimaksud dengan sosial media *TikTok*, bagaimana perilaku siswa kelas tinggi di SD Negeri 03 Banjarharjo Kebakkramat Karanganyar juga untuk mengetahui adakah pengaruh yang ditimbulkan media sosial *TikTok* terhadap perilaku siswa. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial tik tok terhadap perilaku siswa kelas tinggi. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama berfokus untuk mengetahui pengaruh media sosial *TikTok* menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel terikat (Y) dimana dalam penelitian ini fokus terhadap perilaku siswa sedangkan dalam skripsi ini terhadap perubahan perilaku sosial.

Keempat, Jurnal penelitian yang diterbitkan pada tahun 2020 oleh Emma Rahmawati, Varena Faubiany Hadie, Nurul Mauliddina Siregar, Taufan Daniarta Sukarno, dan Dwi Endah cahyani yang berjudul “*Dampak Media Sosial Terhadap*

---

<sup>24</sup> Asfuri, N. B., Meisari, I., Ambarsari, R. Y., & Sasmito, L. F. (2023). Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Siswa Kelas Tinggi SD Negeri 03 Banjarharjo Kebakkramat, Karanganyar. *Jurnal Mitra Swara Ganesha*, 10(1), 15-29.

*Perubahan Perilaku Sosial Ekonomi Petani di Desa Srigading Kabupaten Bantul*<sup>25</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan perilaku sosial dan ekonomi yang terjadi akibat berkembangnya media sosial dan melihat gambaran aktivitas ekonomi pertanian yang berubah dari pertanian konvensional menjadi agrowisata. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa perilaku sosial dan ekonomi petani tidak terlalu dipengaruhi oleh faktor pendidikan. Adanya tuntutan kondisi dan lingkungan, petani mulai terbuka untuk memanfaatkan teknologi untuk mengakses informasi baik secara umum maupun informasi khusus seputar pertanian. Persamaan dalam penelitian ini yaitu berfokus pada dampak media sosial terhadap perubahan perilaku sosial. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjeknya yaitu media sosial secara menyeluruh, sementara skripsi ini fokus membahas media sosial *TikTok*.

**Tabel 1 Kajian Terdahulu Yang Relevan Dengan Penelitian**

No	Tahun	Nama dan Judul	Teori	Persamaan	Perbedaan
1	2021	Desviana <i>Pengaruh</i>	Teori New Media menurut	Persamaan pada penelitian ini yaitu	Perbedaan penelitian ini

<sup>25</sup> Rahmawati, E., Hadie, V. F., Siregar, N. A. M., Sukarno, T. D., & Cahyani, D. E. (2020). Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Perilaku Sosial Ekonomi Petani di Desa Srigading Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian*, 5(1), 27-36.

		<p><i>Intensitas Mengakses Akun TikTok Dakwah @Basyaman00 Terhadap Sikap Keberagaman (Survei Pada Followers TikTok @basyaman00)</i></p>	<p>Mcquail yang mana new media atau media baru dianggap sebagai perangkat teknologi paket lengkap yang mencakup penyimpanan, informasi dan penyajian gambar.</p>	<p>subjek penelitian yang berfokus pada akun <i>TikTok</i> Husain Basyaiban menggunakan metode penelitian kuantitatif</p>	<p>dapat dilihat dari variabel Y, responden penelitian, waktu dan tempat penelitian</p>
2	2022	<p>Meila Dwi Nurmala, Stevany Afrizal, Tubagus dan Umar Syarif Hadi Wibowo  <i>"Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa"</i></p>	<p>Teori perilaku sosial menurut max weber. Max weber mendefinisikan perilaku sosial merupakan tindakan yang dapat dilakukan berulang kali sebagai bentuk dari pengaruh situasi atas persetujuan</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini yaitu fokus membahas bagaimana dampak media sosial khususnya aplikasi TikTok terhadap perilaku sosial mahasiswa</p>	<p>Perbedaan pada penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kualitatif sementara penelitian ini menggunakan pendekatan</p>

			secara pasif dan dalam situasi tertentu.		kuantitatif.
3	2023	Ninda Beny Asfuri, Inda Meisari, Rika Yuni Ambarsari, Luncana Faridhoh Sasmito, dan Harbono <i>“Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Siswa Kelas Tinggi SD Negeri 03 Banjarharjo Kebakkramat Karanganyar”</i>	Teori Stimulus Organisme Respon atau teori “S-O-R” oleh skinner yang berpendapat bahwa perilaku adalah respon terhadap sebuah rangsangan.	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh dari media sosial <i>TikTok</i> terhadap perilaku sosial menggunakan pendekatan kuantitatif.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian, dimana penelitian ini dilakukan di Karanganyar sementara peneliti melakukan penelitian di Yogyakarta. Selain itu perbedaan pada penelitian ini juga terlihat pada sampel penelitian yang digunakan.
4	2020	Emma Rahmawati, Varena Faubiany Hadie, Nurul Mauliddina		Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas bagaimana dampak dari media sosial	Perbedaan penelitian terletak pada variabel Y dan dalam penelitian ini tidak diberi

	<p>Siregar, Taufan Daniarta Sukarno, dan Dwi Endah cahyani</p> <p><i>“Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Ekonomi Petani di Desa Srigading Kabupaten Bantul”</i></p>	<p>terhadap perilaku sosial menggunakan pendekatan kuantitatif</p>	<p>limitasi media sosial apa yang menjadi fokus penelitian.</p>
--	---	--	---

## G. Kerangka Teori

### 1. Perilaku Sosial

Memiliki hakikat sebagai makhluk sosial, sudah pasti dalam kesehariannya manusia tidak akan pernah lepas dalam proses interaksi sosial. Perilaku sosial adalah terminologi yang digunakan untuk menunjukkan perilaku umum individu dalam masyarakat. Dalam proses interaksi sosial antar individu akan saling mempengaruhi satu sama lain dan hasil dari proses tersebut adalah perilaku sosial. Perilaku merupakan tindakan yang disebabkan oleh rangsangan

berupa aktivitas yang dapat dilihat secara langsung.<sup>26</sup> Sebagai bapak perilaku sosial (*Behaviorisme*) Skinner berpendapat perilaku sosial merupakan perilaku yang terlihat dan berguna sebagai penentu dari lingkungan sekitar.<sup>27</sup>

Perilaku dapat diungkapkan sebagai komunikasi jika terlihat oleh individu lain yang mana dalam proses komunikasi tersebut terdapat komunikan yang berperan sebagai penerima pesan. Teori perkembangan yang berkaitan dengan domain perilaku telah dijelaskan oleh bloom bahwa terdapat tiga domain perilaku. Tiga domain perilaku yaitu aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif.<sup>28</sup> Kognitif adalah perilaku manusia yang berfokus pada intelegensia seperti pengetahuan dan kemampuan berpikir. Afektif berfokus pada perasaan seperti kegembiraan dan sikap. Sementara itu konatif lebih berfokus pada kecenderungan bagaimana manusia berperilaku.

Perilaku sosial juga disebut sebagai akhlak atau moral. Moral adalah ajaran yang berisi tentang baik atau buruk sikap seseorang yang diterima pada lingkungan umum. Moral berkaitan dengan perbuatan, sikap, dan kewajiban.<sup>29</sup> Perilaku sosial juga didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan seseorang baik fisik

---

<sup>26</sup> Yayi Prabandari, Suryo, dkk., *Ilmu Sosial Perilaku Untuk Kesehatan Masyarakat*, (Yogyakarta: Gadjah Mada Universiti Press, 2020), hlm 3.

<sup>27</sup> Jhon W. Santrock, *Life Span Development* (Jakarta: Erlangga, 2002) hlm 45.

<sup>28</sup> Leni Meilani, Bahja Bastulbar, dan Wienike Dinar Pratiwi, "Dampak Pembelajaran Jarak Jauh Terhadap Aspek Kognitif, Afektif, Dan Psikomotor Bagi Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA)," *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha* 11, no. 3 (2021): hlm 284.

<sup>29</sup> Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/moral> pada 27 Oktober 2023 pukul 14.21 WIB

maupun psikis terhadap orang lain atau sebaliknya dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sosial.

Dari beberapa pengertian mengenai perilaku sosial, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku sosial adalah bentuk respon seseorang terhadap stimulus (rangsangan) yang ada dilingkungan sekitar. Respon tersebut bersifat timbal balik antara individu satu dengan individu lainnya. Perilaku sosial sangat dipengaruhi oleh faktor kognitif, dimana perilaku sosial akan terjadi jika individu menerima pengaruh yang diberikan oleh lingkungan sekitarnya.<sup>30</sup> Apabila individu menolak karena tidak sesuai dengan keinginannya maka perilaku sosial tidak dapat terjadi. Sebagai makhluk sosial (*homo socialis*) manusia tidak hanya mengandalkan kekuatan sendiri tetapi juga membutuhkan bantuan orang lain.

#### a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Sosial

Baron dan Byrne berpendapat ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku sosial seseorang sebagai berikut:<sup>31</sup>

##### 1) Perilaku dan Karakteristik Orang lain

Seseorang yang memiliki kepribadian senang dan mudah bergaul, kemudian sering berinteraksi dengan lingkungan dengan orang-orang yang memiliki watak sopan santun ada kemungkinan bahwa orang tersebut akan

---

<sup>30</sup> John W. Santrock, *Life Span Development*, *Ibid* hlm 46.

<sup>31</sup> Didin Budiman, *Bahan Ajar M.K Psikologi Anak Dalam Penjasa PGSD* (Bandung: UPI, 2007) hlm 2.



berperilaku seperti kebanyakan orang dengan karakter santun dalam pergaulannya. Sebaliknya jika seseorang sering bergaul dengan lingkungan orang-orang yang memiliki watak sombong dan tidak ramah maka ia akan terpengaruh dengan perilaku tersebut. Berdasarkan fenomena ini dapat disimpulkan bahwa perilaku sosial seseorang dapat terbentuk dan mudah dipengaruhi oleh karakter orang disekitarnya. Sebagai contoh, lingkungan pada beberapa Universitas di Yogyakarta dipenuhi oleh mahasiswa yang berasal dari luar Yogyakarta yang mana mereka mulai beradaptasi dengan gaya bahasa, sikap dan perilaku mahasiswa atau masyarakat asli Yogyakarta.

## 2) Proses Kognitif

Memori dan pikiran yang memuat ide-ide, kepercayaan, dan pertimbangan selalu menjadi dasar seseorang melakukan tindakan sosial pada lingkungan sekitar.

## 3) Faktor Lingkungan

Tidak dapat dipungkiri sebagian besar perilaku sosial seseorang pasti dipengaruhi dengan lingkungan alam yang ada disekelilingnya. Sebagai contoh, masyarakat yang tinggal di daerah pesisir biasanya memiliki karakteristik atau watak dengan nada bicara yang cukup keras. Biasanya karakteristik ini akan selalu terbawa meskipun mereka berada di lingkungan yang terbiasa bertutur kata dengan lemah lembut.

#### 4) Latar Belakang Budaya

Etnis dan budaya seseorang sudah tentu menjadi faktor yang juga mengambil peran penting dalam pembentukan perilaku sosial seseorang. Fenomena *culture shock* adalah bentuk nyata yang sering dialami oleh seseorang jika berada pada lingkungan dengan karakteristik berbeda dengan daerah asalnya. Biasanya seseorang akan merasa asing ketika berada pada lingkungan masyarakat dengan etnis dan budaya yang berbeda dengan dirinya yang mana dalam hal ini manusia sebagai makhluk sosial dituntut untuk saling menghargai perbedaan yang ada.

Freud dan Skinner seorang ahli psikologi dalam bidang perilaku sosial berpendapat bahwa perilaku sosial seseorang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang datang dalam diri seseorang yang telah dibawa sejak lahir. Faktor internal juga disebut sebagai fitrah suci manusia. Beberapa faktor yang tergolong ke dalam faktor internal pembentuk perilaku sosial yaitu kecerdasan emosional, motivasi, dan agama. Sedangkan faktor eksternal merupakan perkembangan kepribadian juga keagamaan seseorang. Beberapa faktor yang tergolong ke dalam faktor eksternal pembentuk perilaku sosial yaitu lingkungan keluarga dan lingkungan masyarakat.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Cervone, D., & Quirin, M. (2018). Personality and its coherence: Insights from social-cognitive and personality systems interactions theories. hlm 27-28.

## b. Bentuk-Bentuk Perilaku Sosial

Klasifikasi atau bentuk-bentuk perilaku sosial menurut Max Weber dalam Jenny Mercer dan Debbie Clayton sebagai berikut :<sup>33</sup>

### 1) Perilaku Rasional Instrumental

Perilaku rasional instrumental merupakan tindakan yang dilakukan seseorang dengan pertimbangan antara tujuan yang diinginkan dan cara yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan. Dalam lingkungan rasional instrumental ini seseorang akan selalu efisiensi dan efektivitas dari setiap tindakan atau perilaku yang akan dilakukan.

### 2) Perilaku Rasionalitas Yang Berorientasi Nilai

Tindakan atau perilaku ini dilakukan dengan keyakinan penuh dan secara sadar oleh seseorang tanpa memikirkan hasil yang dicapai. Seseorang beranggapan bahwa perilaku tersebut bernilai baik menurutnya dan mendapatkan penilaian yang baik pula dari lingkungan disekitarnya. Dapat disimpulkan bahwa perilaku rasionalitas yang berorientasi pada nilai ini merupakan tindakan yang ditentukan oleh keyakinan penuh, dilakukan secara sadar atas nilai perilaku etis dan religious tanpa memperhitungkan keberhasilannya. Sebagai contoh seseorang selalu menolong orang yang sedang terkena musibah banjir tanpa memikirkan bagaimana kondisi diri sendiri.

---

<sup>33</sup> Jenny Mercer & Debbie Clayton, *Psikologi Sosial*, ed. Rikard & Maulana Adi Rahmat (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm 115.

### 3) Tindakan Tradisional

Tindakan atau perilaku tradisional merupakan perilaku yang didorong oleh emosi dan meniru pada tindakan-tindakan yang bersifat turun-temurun atau sudah menjadi kebiasaan. Perilaku ini biasanya akan selalu mengacu pada hukum normatif atau adat istiadat yang berlaku. Sebagai contoh seorang calon pengantin melakukan prosesi siraman untuk melancarkan pernikahannya sesuai dengan adat dan istiadat yang ada di lingkungannya.

### 4) Tindakan Afektif

Tindakan afektif merupakan sebuah tindakan yang didominasi oleh perasaan atau emosi tanpa melalui pemikiran yang rasional. Ketika seseorang sedang jatuh cinta, ketakutan dan marah biasanya secara spontan akan mengutarakan perasaannya. Tindakan afektif ini terjadi karena tidak ada pertimbangan secara logis.

## 2. Media Sosial *TikTok*

TikTok merupakan *platform* media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat tidak hanya di Indonesia tetapi hingga seluruh dunia. Aplikasi TikTok berbeda dengan media sosial lainnya, tidak hanya sebagai media komunikasi *TikTok* juga dapat menjadi wadah mengasah kreativitas para penggunanya. Berbagai macam filter dan musik sebagai pendukung *editing* video tersedia pada aplikasi *TikTok* dan dapat digunakan secara gratis. Tidak hanya filter dan musik ada banyak fitur-fitur pendukung yang menjadikan *TikTok* sebagai aplikasi

dengan jumlah unduhan terbanyak di dunia. Berikut ini penjelasan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi *TikTok*.

a. Fitur-Fitur Aplikasi TikTok

1) Penambahan Musik

Agar video yang di unggah oleh pengguna lebih menarik TikTok menyediakan beragam jenis musik yang dapat disesuaikan sesuka hati oleh penggunanya. Musik yang disediakan oleh *TikTok* dapat digunakan secara gratis karena telah mendapatkan izin yang legal dan tidak akan dikenakan *copyright*.

2) Filter Video

Untuk menunjang visual konten yang diunggah pada aplikasi *TikTok*, pengguna aplikasi tersebut dapat mengubah tone warna pada video sesuai dengan objek video.

3) Filter Stiker dan Efek Video

Pada aplikasi TikTok terdapat 5 kategori efek antara lain yaitu efek visual, efek stiker, efek transition, efek split, dan efek waktu. Filter stiker dan efek video ini akan membuat video yang akan diunggah berbeda dan lebih menarik.

4) Fitur *Voice Changer*

Fitur pengubah suara atau *voice changer* yang tersedia pada aplikasi TikTok ini memungkinkan para pengguna untuk mengubah suara

mereka menjadi lebih unik. Ada banyak suara karakter AI yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan.

#### 5) Filter *Beautify*

Fitur *beautify* yang ada pada aplikasi TikTok ini akan membuat wajah pengguna menjadi lebih tampan dan cantik. Karena dengan menggunakan fitur ini pengguna dapat mengubah bentuk mata, mulut, hidung hingga alis agar sesuai dengan keinginannya.

#### 6) Fitur *Subtittle*

Fitur *subbtittle* ini bertujuan untuk mempermudah pengguna membuat subtitle secara otomatis. Fitur ini secara otomatis akan memunculkan subtitle sesuai dengan suara yang diucapkan pada video yang akan diunggah. Fitur ini juga mempermudah pengguna yang mungkin memiliki kesulitan pada indra pendengarannya.

#### 7) Fitur *Live*

Sama seperti media sosial Facebook dan Instagram, aplikasi *TikTok* juga menyediakan fitur *live*. Namun tidak semua pengguna aplikasi *TikTok* dapat menggunakan fitur ini. Ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi seperti ada minimal jumlah followers dan akun yang bersifat publik.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Bambang, "Apa Itu TikTok Dan Apa Saja Fitur-Fiturnya."

### 3. Intensitas Mengakses Media Sosial *TikTok*

Intensitas memiliki arti keadaan pada tingkat atau ukuran intensinya.<sup>35</sup> Intens berarti kekuatan, efek, sangat emosional (tentang seseorang). Dengan kata lain intensitas yaitu bersungguh-sungguh dalam mengerjakan sesuatu secara terus-menerus hingga mendapatkan hasil yang maksimal.<sup>36</sup> Menurut Purwanto intensitas berkaitan dengan kegiatan yang dibedakan menjadi dua yaitu kegiatan dengan intensitas yang kuat dan kegiatan dengan intensitas yang lemah. Sementara menurut Rakhmat, intensitas merupakan banyaknya informasi yang diperoleh melalui media yang meliputi frekuensi, atensi dan durasi penggunaan media.<sup>37</sup>

Menurut Ajzen, intensitas adalah usaha seseorang dalam melakukan tindakan tertentu.<sup>38</sup> Berbeda dengan Ajzen menurut Tubs dan Mos dalam marhaeni mengatakan bahwa intensitas dapat dipengaruhi oleh durasi (waktu) dan frekuensi yang dihabiskan dalam melakukan tindakan.<sup>39</sup> Dari beberapa pengertian mengenai intensitas menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa intensitas

<sup>35</sup> Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/intensitas> pada 30 Oktober

<sup>36</sup> KBBI, Jakarta: Balai Pustaka (2005), hlm 438.

<sup>37</sup> Marcia Julifar Ardianto, "Hubungan Intensitas Menonton Film Animasi Dan Peran Orangtua Sebagai Gatekeeper Terhadap Tingkat Agresivitas Anak" (2013) Universitas Diponegoro, *Interaksi Online* (2) 1: hlm 15 .

<sup>38</sup> Noval Achmad and Damajanti Kusuma Dewi, "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Yang Menyelesaikan Skripsi," *Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 7, no. 9 (2022): hlm 97.

<sup>39</sup> Khofifa and Widyastuti, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Nomophobia Pada Anak Sekolah Dasar The Influence of Smartphone Use Intensity on Nomophobia in Elementary School Children" 3, no. 6 (2023): hlm 73.

merupakan banyaknya durasi, frekuensi, dan perhatian yang dihabiskan oleh seseorang mengakses sebuah media.

Aspek-aspek dalam intensitas mengakses media sosial yaitu :

- a. Perhatian : yaitu fokus individu dalam mengakses media yang memiliki makna tersembunyi karena adanya ketertarikan terhadap objek tertentu. Hal ini menggambarkan bahwa khalayak bersifat aktif dalam menggunakan media sosial sesuai dengan kebutuhannya. Adanya kebutuhan akan informasi melalui media sosial membuat khalayak memusatkan perhatiannya pada media sosial.
- b. Penghayatan : merupakan proses pemahaman akan suatu pesan atau informasi yang mana informasi tersebut disimpan sebagai pengetahuan baru bagi khalayak.
- c. Durasi : merupakan waktu yang dihabiskan khalayak bergabung dengan suatu media yang dihitung dalam berapa menit dalam sehari atau berapa jam dalam sehari.
- d. Frekuensi : merupakan banyaknya pengulangan penggunaan sebuah media sosial. setiap individu mempunyai frekuensi yang berbeda akan kebutuhan sebuah informasi. Sebagai contoh : seberapa sering mahasiswa menggunakan *TikTok* untuk mengakses konten dakwah dalam kurun waktu tertentu.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Hadijah Titesi Nur Hutomo, "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram Dakwah Rumayshocom Terhadap Sikap Keberagaman," *Repository.Uinjt.Ac.Id* (2020), hlm 30.



#### 4. Teori Jarum Hipodermik

Teori Jarum Hipodermik atau yang juga dikenal sebagai *hypodermic needle theory* merupakan model komunikasi linear yang memfokuskan kepada pengaruh media massa terhadap khalayak. Laswell mengatakan teori jarum hipodermik berkembang sebagai model teori berdasarkan peninjauan media massa oleh Nazi dan dampak Hollywood pada tahun yang sama. Laswell mengamati film-film propaganda Nazi untuk mengetahui seperti apa cara yang digunakan oleh Nazi untuk mengumpulkan dukungan dari rakyat.<sup>41</sup> Dikatakan sebagai teori jarum hipodermik karena dalam teori ini media masa dianggap akan menyampaikan pesan secara langsung ke dalam jiwa penerima pesan. Seperti obat yang disuntikkan ke dalam tubuh yang mengakibatkan perubahan dalam sistem fisik, begitu juga pesan yang bersifat persuasif merombak sistem psikologis.<sup>42</sup>

Model jarum suntik pada hakikatnya merupakan proses atau langkah yang mengarahkan komunikasi kepada masyarakat sebagai khalayak massa. Teori model ini berasumsi bahwa media massa bersifat langsung, cepat, dan mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap masyarakat. Hal ini berakibat masyarakat dapat ditipu daya sedemikian rupa apa yang telah di tayangkan.

---

<sup>41</sup> Erwan Effendi et al., "Teori Peluru Ajaib," *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 5, no. 2 (2023): hlm 5218.

<sup>42</sup> Nisa, R. L. K., Fitri, A. A., Abdurrazaq, M. N., & Sulistyani, A. (2023). Peran Akun Instagram Ustadz Hnan Attaki dan Efektivitasnya Sebagai Media Dakwah Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik. *Journal of Islamic Studies*, 1(2): hlm 203.

Berbagai aktivitas yang diperlihatkan pada media memberikan stimulus agar khalayak menirunya, padahal apa yang diperlihatkan bukan yang terjadi sebenarnya. Akan tetapi, karena begitu besar pengaruh sebuah media, khalayak tidak dapat untuk melepaskan diri dari keterpengaruhan itu.<sup>43</sup>

Terdapat beberapa pesan, variabel dan efek pesan dalam teori jarum hipodermik diantaranya sebagai berikut :

a. Pesan Dalam Teori Jarum Hipodermik

Ada beberapa pesan dalam model teori jarum hipodermik diantaranya :

- 1) Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi ide pada benak orang-orang yang tidak berdaya
- 2) Kondisi dimana khalayak memiliki pandangan yang sama terhadap sebuah permasalahan disebabkan karena mereka menerima pesan yang sama dan dari media yang sama

b. Variabel Pesan Dalam Teori Jarum Hipodermik

Jalaludin Rahmat dalam Erwan Efendi menyebutkan bahwa terdapat variabel pesan yang akan mempengaruhi khalayak dalam menerima pesan yaitu :

- 1) Struktur pesan, pesan yang ditujukan untuk mengubah sikap secara halus umumnya lebih berhasil dibandingkan dengan pesan yang tampak jelas berusaha untuk memanipulasi.

---

<sup>43</sup> *Ibid*

- 2) Gaya pesan, teknik komunikasi yang efektif yaitu menyampaikan kesimpulan komunikasi secara eksplisit kepada subyek yang hendak diubah sikapnya. Selain itu penyampaian pesan harus dibarengi dengan argumentasi yang mendukung.
- 3) Perbandingan Pesan, pesan mengacu pada motif-motif psikologi yang terkandung dalam pesan. Efektivitas isi komunikasi bersifat emosional dan rasional bergantung pada subjek penerima pesan.<sup>44</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini dikategorikan dalam model Jarum Hipodermik. Penggunaan teori ini tidak dimaksudkan untuk menguji teori tersebut. Penggunaan teori ini didasarkan oleh penjelasan beberapa ahli bagaimana individu dapat dipengaruhi oleh struktur pesan, gaya pesan, dan perbandingan pesan yang dibawa sebuah media massa. Oleh karena itu teori jarum hipodermik dalam penelitian ini digunakan sebagai kerangka dalam mengkaji pengaruh dari intensitas mengakses akun dakwah TikTok @kadamsidik00 terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY).

## **5. Teori Proses Selektif**

Teori Proses Selektif atau teori pengaruh selektif merupakan hasil dari penelitian tentang bagaimana efek media massa terhadap khalayak pada masa

---

<sup>44</sup> Erwan Effendi et al. op. cit. hlm 5219.

perang dunia II.<sup>45</sup> Teori proses selektif ini merupakan salah satu teori komunikasi massa yang memiliki asumsi dasar bahwa masyarakat melakukan proses seleksi yang sangat selektif untuk menentukan efek apa yang mereka ingin dapatkan dari informasi yang disajikan oleh media.<sup>46</sup> Teori ini memandang bahwa ketika seseorang menerima pesan yang dirasa tidak sesuai atau bertentangan dengan keyakinannya, maka pesan tersebut akan ditolak. Dapat disimpulkan bahwa seseorang hanya akan menerima pesan dari sebuah media yang sesuai dengan keyakinannya.

Teori proses selektif memiliki empat prinsip yaitu, memperhatikan pesan tertentu (*selective attention*), mempersepsi pesan tertentu (*selective perception*), mengingat pesan tertentu (*selective recall*), dan memilih tindakan tertentu (*selective action*).<sup>47</sup> Dalam penelitian yang dilakukan oleh Susi Evanita dengan judul “*Kajian Iklan Televisi Dalam Perspektif Teori Pengaruh Selektif*” ditemukan bahwa selektivitas merupakan acuan dasar dalam menjelaskan bagaimana pengaruh iklan terhadap pemirsa. Stimulus atau rangsangan dapat dimunculkan melalui media massa, namun respon setiap individu terhadap rangsangan akan berbeda-beda tergantung pada faktor motivasi, umur dan tingkat pendidikan.<sup>48</sup>

---

<sup>45</sup> Taufik Rahman, “Teori Spiral, Selektivitas Dan Matematikal Dalam Al-Quran,” *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam* 4, no. 2 (2022): 177–189, hlm 183.

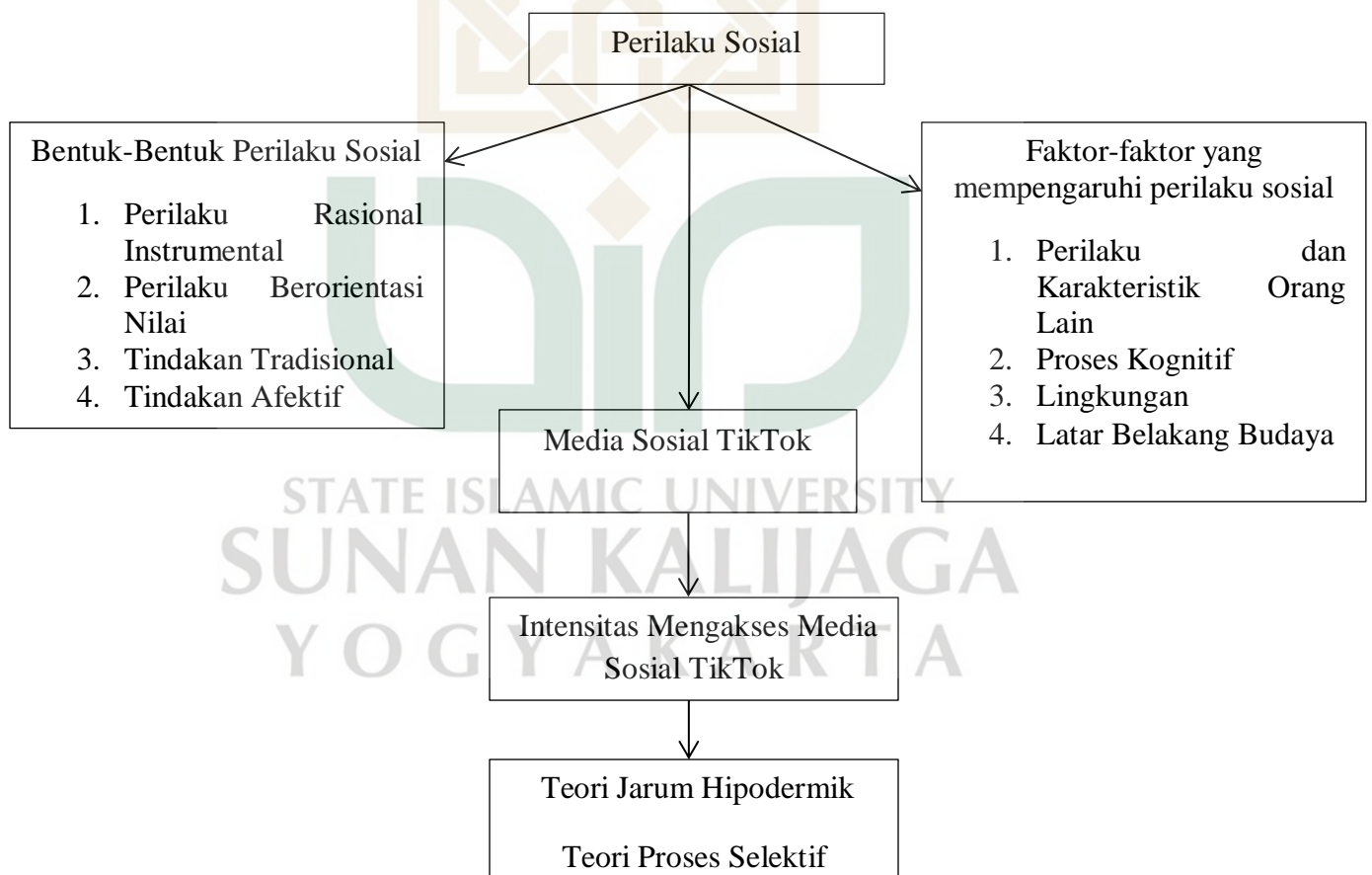
<sup>46</sup> *Ibid.*

<sup>47</sup> Susi Evanita, “Kajian Iklan Televisi Dalam Perspektif Teori Pengaruh Selektif,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 3 (2009): hlm 281.

<sup>48</sup> *Ibid.*, hlm 283.

Teori proses selektif digunakan sebagai teori pendukung dalam penelitian ini. Penggunaan teori proses selektif bertujuan untuk memperkuat asumsi dasar dari teori jarum hipodermik. Kedua teori tersebut memiliki asumsi dasar yang sama bahwa media massa mampu memberikan stimulus atau rangsangan yang dapat membuat khalayak meniru apa yang ditampilkan dalam media sosial. Namun bagaimana respon khalayak terhadap stimulus yang ditampilkan pada media sosial bergantung bagaimana pesan tersebut disampaikan.

**Gambar 1. Gambar Kerangka Teori**



## H. Kerangka Pemikiran

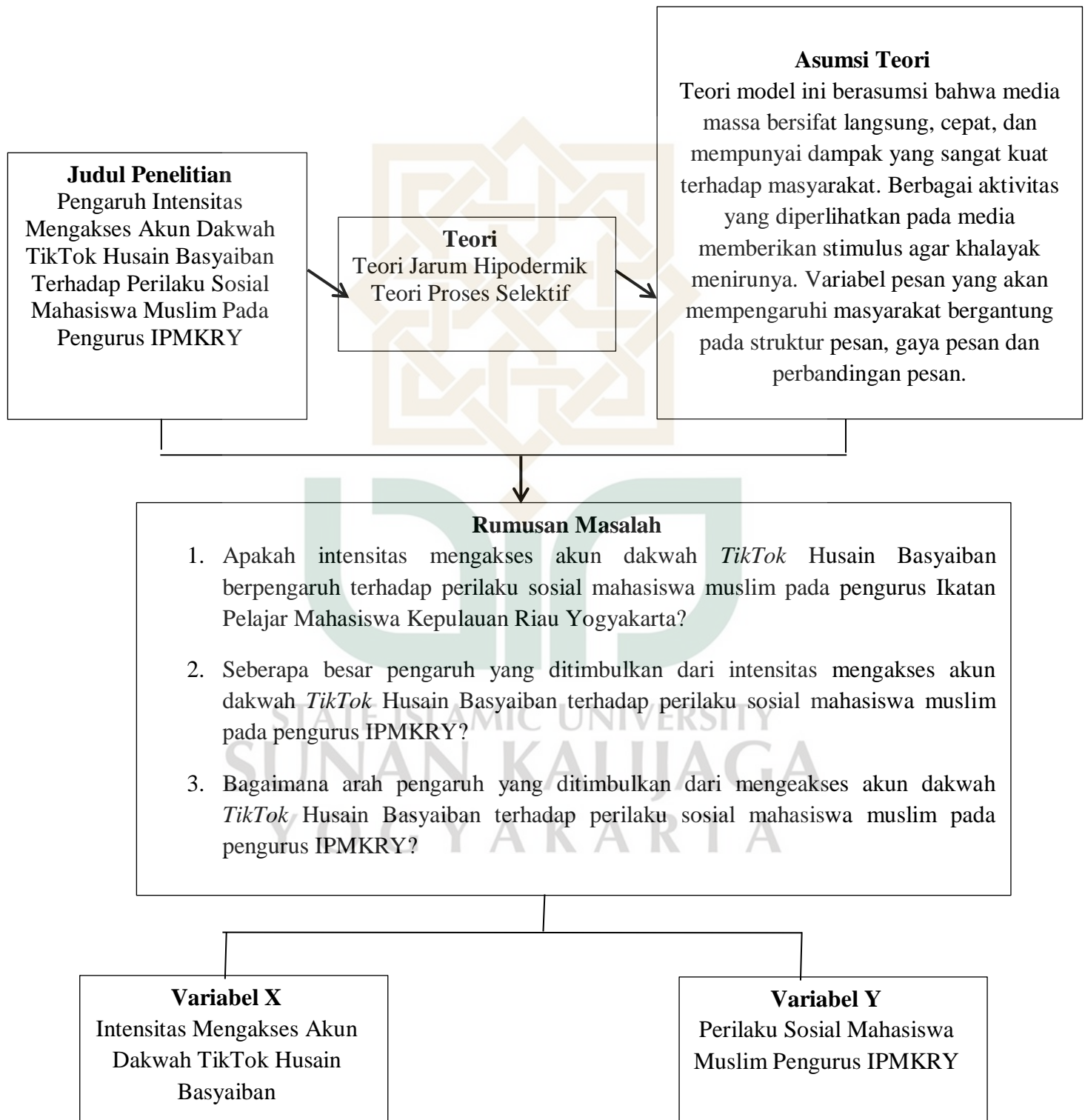
Kerangka pemikiran adalah penjelasan yang teoritis mengenai hubungan beberapa variabel yang akan diteliti.<sup>49</sup> Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel *independen* (variabel X) dan variabel *dependen* (variabel Y). Intensitas mengakses akun dakwah TikTok Husain Basyaiban @kadamsidik00 sebagai variabel *independen*, sedangkan perilaku sosial mahasiswa muslim sebagai variabel *dependen*. Pada penelitian pengaruh intensitas mengakses akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim akan dianalisis menggunakan teori jarum hipodermik.

Sebagaimana yang telah di jelaskan sebelumnya media massa dianggap sebagai media aktif yang membawa sebuah pesan yang mana pesan tersebut dapat mempengaruhi perilaku audiensnya. Perilaku sosial dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya faktor kognitif. Seseorang dengan intensitas yang cukup tinggi mengakses dan menerima pesan dari sebuah media maka akan terjadi sebuah perubahan pada sistem psikologis yang juga berdampak pada perilaku sosial. Maka pada penelitian ini diasumsikan bahwa perilaku sosial khalayak dipengaruhi oleh intensitas mengakses akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban.

---

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2011). hlm 60.

**Gambar 2. Gambar Kerangka Pemikiran**



## I. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah dalam sebuah penelitian. Berdasarkan teori di atas maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

Ha : terdapat pengaruh antara hubungan intensitas mengakses akun dakwah TikTok Husain Basyaiban @kadamsidik00 terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY).

Ho : tidak terdapat pengaruh antara intensitas mengakses akun dakwah TikTok Husain Basyaiban @kadamsidik00 terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY).

## J. Sistematika Pembahasan

Guna mendapatkan gambaran yang lebih jelas berkaitan dengan hal-hal yang akan diuraikan dalam penelitian ini, maka peneliti membagi sistematika pembahasan pada penelitian ini menjadi lima bab sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Hipotesis, dan Sistematika Pembahasan.



## **BAB II METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai Jenis Analisis Penelitian, Definisi Konseptual, Definisi Operasional, Populasi dan Sampel, Instrumen Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validitas dan Reliabilitas serta Analisis Data.

## **BAB III GAMBARAN UMUM**

Dalam bab ini berisi gambaran umum mengenai akun dakwah TikTok Husain Basyaiban @kadamsidik00, Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY), dan bagaimana karakteristik mahasiswa muslim pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY).

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil temuan peneliti dan pembahasan terkait temuan yang diolah untuk dikorelasikan dengan teori dan konsep yang digunakan pada penelitian ini.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan tentang hasil penelitian dan saran dari peneliti bagi peneliti lainnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan mengenai pengaruh intensitas mengakses akun dakwah TikTok Husain Basyaiban terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus Ikatan Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta (IPMKRY) maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan dalam analisis regresi linear sederhana, jika nilai signifikansi  $< 0,05$  dan apabila nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel maka variabel  $X$  berpengaruh terhadap variabel  $Y$  sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Hasil uji regresi linear sederhana pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000$  (yang berarti  $< 0,05$ ) dan  $t$  hitung  $6,527$  (yang berarti  $> t$  tabel  $1,997$ ) oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak artinya terdapat pengaruh antara intensitas mengakses akun dakwah *TikTok* Husain Basyaiban terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus IPMKRY.
2. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada analisis regresi linear sederhana diketahui nilai  $R$  square sebesar  $0,396$  yang mengandung arti besar pengaruh variabel independen (Intensitas Mengakses) terhadap variabel dependen (Perilaku Sosial) sebesar  $39,6\%$ . Hal ini membuktikan bahwa akun

dakwah *TikTok* Husain Basyaiban berpengaruh terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus IPMKRY. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku sosial yaitu perilaku dan karakteristik orang lain dan faktor kognitif. Hal tersebut diperkuat dengan nilai rata-rata pada indikator perhatian yang memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan indikator lainnya pada variabel intensitas dan indikator kognitif memiliki nilai rata-rata lebih tinggi dibandingkan indikator lainnya pada variabel perilaku sosial.

3. Hasil uji koefisien regresi (b) bernilai positif yaitu 0,789 sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh Variabel (X) yaitu intensitas mengakses terhadap Variabel (Y) yaitu perilaku sosial memiliki pengaruh yang positif artinya semakin tinggi intensitas mengakses maka semakin tinggi pengaruh yang ditimbulkan terhadap perilaku sosial mahasiswa muslim pada pengurus IPMKRY.

## **B. Saran**

### 1. Bagi Akun Dakwah *TikTok* Husain Basyaiban

Peneliti mengharapkan Husain Basyaiban dapat meningkatkan frekuensi unggahan video pada akun *TikTok*nya. Selain itu peneliti juga berharap konten dakwah Husain Basyaiban di *TikTok* semakin banyak yang pembahasannya berkaitan dengan perilaku sosial agar selalu memotivasi audiens untuk tidak mudah menerima berita hoax di media sosial *TikTok*

yang akhirnya menimbulkan perpecahan di lingkungan sosial. Peneliti juga berharap video dakwah pada akun TikTok Husain Basyaiban tidak didominasi atau diselipkan konten-konten *endorsement*.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya peneliti mengharapkan ada kebaruan dalam penelitian yang berkaitan dengan media sosial TikTok. Peneliti berharap topik penelitian mengenai media sosial ini dapat diteliti dari sudut pandang yang berbeda selain pengaruh. Peneliti merekomendasikan bagi penelitian selanjutnya bisa menjelaskan lebih dalam tentang efektivitas berdakwah melalui media sosial.



## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Noval, and Damajanti Kusuma Dewi. "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Yang Menyelesaikan Skripsi." *Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 7, no. 9 (2022): 96–106. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/48071>.
- Ardianto, Marcia Julifar. "Hubungan Intensitas Menonton Film Animasi Dan Peran Orangtua Sebagai Gatekeeper Terhadap Tingkat Agresivitas Anak Skripsi Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Un" (2013): 1–12.
- Asrat, Sakinah, and Abdul Fadli Kalaloi. "Daya Tarik Fitur Aplikasi Tik Tok Dalam Memediasi Informasi Kesehatan Di Era Pandemi." *e-Proceeding of Management* 9, no. 2 (2022): 973–980.
- Bambang, Winarso. "Apa Itu TikTok Dan Apa Saja Fitur-Fiturnya." *DailySocial*. Last modified 2021. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>.
- Briskman, Jonathan. "Sensor Tower's Q1 2022 Data Digest: Worldwide App Downloads Reached 37 Billion Last Quarter." Last modified 2022. <https://sensortower.com/blog/q1-2022-data-digest>.
- Cindy, Annur Mutia. "Penetrasi Internet DI Yogyakarta Tertinggi Di Pulau Jawa Pada 2024." *Databoks.Katadata.Co.Id*. Last modified 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/05/penetrasi-internet-di-yogyakarta-tertinggi-di-pulau-jawa-pada-2024>.

- Clayton, Jenny Mercer & Debbie. *Psikologi Sosial*. Edited by Rikard & Maulana Adi Rahmat. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Desviana. “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok Dakwah @Basyaman00 Terhadap Sikap Keberagaman (Survei Pada Followers TikTok @Basyaman00).” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57652>.
- Didin, Budiman. *Bahan Ajar M.K Psikologi Anak Dalam Penjas PGSD*. Bandung: UPI, 2007.
- Duli, Nikolaus. *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Pertama. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Effendi, Erwan, Paradia Kristanti Dewi, Frisca Nabila, and Natasya. “Teori Peluru Ajaib.” *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 5, no. 2 (2023): 5216–5221.
- Evanita, Susi. “Kajian Iklan Televisi Dalam Perspektif Teori Pengaruh Selektif.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 3 (2009): 280–281.
- Gunasti, Susan, and By Adam Sabra. “Journal of Islamic Studies Contents” 24, no. 3 (2013): 21–22.
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Hadijah Titesi Nur Hutomo. “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram Dakwah Rumayshocom Terhadap Sikap Keberagaman.” *Repository.Uinjkt.Ac.Id* (2020).

[http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/54153%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/54153/1/HADIJAH TITESI NUR HUTOMO-FDK.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/54153%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/54153/1/HADIJAH_TITESI_NUR_HUTOMO-FDK.pdf).

Hamidi, D., M.Si. *Metode Penelitian Dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press, 2010.

Khofifa, and Widyastuti. “Pengaruh Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Nomophobia Pada Anak Sekolah Dasar The Influence of Smartphone Use Intensity on Nomophobia in Elementary School Children” 3, no. 6 (2023): 70–79.

Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.

Meilani, Leni, Bahja Bastulbar, and Wienike Dinar Pratiwi. “Dampak Pembelajaran Jarak Jauh Terhadap Aspek Kognitif, Afektif, Dan Psikomotor Bagi Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA).” *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha* 11, no. 3 (2021): 282–287.

Nasrullah Rulli. “Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi.” 11. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Prabandari, Suryo, Yayi;dkk. *Ilmu Sosial Perilaku Untuk Kesehatan Masyarakat*. Edited by Elis Fajariyati. Yogyakarta: Gajah Mada Universiti Press, 2020.

[https://www.google.co.id/books/edition/Ilmu\\_Sosial\\_Perilaku\\_Untuk\\_Kesehatan\\_Mas/WHz-](https://www.google.co.id/books/edition/Ilmu_Sosial_Perilaku_Untuk_Kesehatan_Mas/WHz-DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=perilaku+sosial&printsec=frontcover)

[DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=perilaku+sosial&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Ilmu_Sosial_Perilaku_Untuk_Kesehatan_Mas/WHz-DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=perilaku+sosial&printsec=frontcover).

- Rafiq, A. “Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat” (2015): 18–29.
- Rahman, Taufik. “Teori Spiral, Selektivitas Dan Matematikal Dalam Al-Quran.” *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam* 4, no. 2 (2022): 177–189. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/mukaddimah/article/view/2380%0Ahttps://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/mukaddimah/article/download/2380/1977>.
- Randani, Yulia Nafa Fitri, Safrinal Safrinal, Jalimah Zulfah Latuconsina, and Muhammad Roy Purwanto. “Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial.” *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 3, no. 1 (2021): 587–601.
- Riyanto, Andi Dwi. “Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024.” Last modified 2024. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>.
- Saifuddin, Azwar. *Sikap Manusia, Teori Dan Pengukurannya*. 1st ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.
- Santrock, JHon W. *Life Span Developnet*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2011.
- Tukiran, Efendi Sofian dan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 2012.
- Yaniawati, Rully Indrawan dan Poppy. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan Dan Pendidikan*. 1st ed. Bandung: Refika Aditama, 2014.



“Postingan Akun TikTok Husain Basyaiban.”

<https://www.tiktok.com/@kadamsidik00/video/7277952134472142086?lang>.

“Profil TikTok Husain Basyaiban.” [tiktok.com/@kadamsidik00?lang=id-ID](https://www.tiktok.com/@kadamsidik00?lang=id-ID).

