

**Pengaruh Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah terhadap Mahasiswa
Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

Erwan Efefendy¹, Dailami Asmar², Taufiq Fazar Muthahir Sitorus³

Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
erwaneffendi6@gmail.com, dailamiasmar19@gmail.com, fjrpane@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to map TikTok behavior as a marketing strategy. The main group of this research are students of Da'wah Management, Faculty of Da'wah and Communication, North Sumatra State Islamic University. This type of research is qualitative and descriptive research. Research tools include observation, structured questions (interview guide) and interviewers as the main tools. The source of information for this research comes from interviews with Da'wah Management students. The results of this research show that Da'wah Management students who use the social media platform TikTok use this form of communication as a means to increase their knowledge, learn about Da'wah and teach the Islamic religion, as well as encourage them to do good deeds. In fact, they can easily get information about da'wah through this application. That's normal. On the other hand, their communication style is also decent if they are harmless and good at organizing informational videos and general promotions.

Keyword: *Influence, Use of the TikTok Application, Da'wah Media, North Sumatra State Islamic University*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memetakan perilaku TikTok sebagai strategi pemasaran. Kelompok utama penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan deskriptif. Alat penelitian meliputi observasi, pertanyaan terstruktur (panduan wawancara), dan pewawancara sebagai alat utama. Sumber informasi penelitian ini berasal dari wawancara dengan mahasiswa Manajemen Dakwah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Manajemen Dakwah pengguna platform media sosial TikTok memanfaatkan bentuk komunikasi tersebut sebagai sarana untuk menambah pengetahuan, belajar tentang Dakwah dan mengajarkan agama Islam, serta mendorong mereka untuk berbuat baik. Bahkan, mereka bisa dengan mudah mendapatkan informasi seputar dakwah melalui aplikasi ini. Itu normal. Sebaliknya, gaya komunikasi mereka juga lumayan jika mereka tidak berbahaya dan pandai mengatur video informasi dan promosi umum.

Kata Kunci: Pengaruh, Penggunaan Aplikasi TikTok, Media Da'wah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

PENDAHULUAN

Di era kehidupan sekarang ini, masyarakat tidak boleh ketinggalan ilmu pengetahuan tentang teknologi tercanggih dan berkembang pesat di seluruh dunia. Orang-orang berkomunikasi melalui internet. Dalam masyarakat saat ini, orang berinteraksi dengan orang lain di media sosial untuk berkomunikasi atau berbagi informasi. Kehadiran media sosial telah mempengaruhi kehidupan masyarakat. Berbagai varian media sosial telah diperkenalkan sehingga mudah digunakan oleh pengguna.

Salah satu alasan mengapa aplikasi TikTok menjadi media yang sangat menarik bagi masyarakat khususnya anak muda saat ini adalah karena fitur-fiturnya unik dan menarik yang dapat dengan mudah diadaptasi untuk membuat video pendek dengan hasil yang menarik. For You Page (FYP) untuk semua pengguna aplikasi. TikTok didirikan di Tiongkok pada September 2016 dan didasarkan pada jaringan pesan internet. TikTok adalah jejaring sosial saat ini dan tidak diragukan lagi yang paling populer di kalangan semua orang, terutama di kalangan generasi milenial yang bisa menjelajahi Internet dan senang menggunakan media sosial. Bila digunakan, TikTok bisa digunakan sebagai salah satu media dakwah.

Padahal, dakwah merupakan kewajiban seorang muslim untuk menyampaikan seruan atau perintah Allah SWT kepada umatnya dan bisa dilakukan dimana saja agar tetap berada pada jalan yang benar. Menurut Zulkarnaini (2015), dakwah bertujuan untuk memajukan apa yang benar dan mencegah apa yang salah, baik secara lisan maupun tulisan, melalui amalan yang sesuai dengan syariat Islam. Kehadiran modernitas menuntut agar misinya terpenuhi, dan hal itu dapat dilakukan dengan cara yang memungkinkan kita menyikapinya dengan mendengarkan materi, metode, dan metode yang digunakan. Itu benar, para penulis ingin mengevaluasi apakah penggunaan aplikasi TikTok sebagai alat komunikasi dapat diterima oleh masyarakat saat ini. Besarnya manfaat menyebarkan penginjilan melalui TikTok menjadi insentif bagi banyak orang untuk mulai menggunakan TikTok sebagai cara menginjili orang lain. (Musdalifah dan Salisah 2022; Randani dkk. 2021).

Pendakwah muda terkenal lainnya yang menggunakan media sosial sebagai 'platform dakwah adalah Husain Basyaiban. Husain Basyaiban adalah salah satu penerbit milenial terpopuler di TikTok. Pada awalnya, Hussein hanyalah seorang anak biasa yang tidak dikenal banyak orang. Melalui upaya pemuda tersebut dalam membuat konten yang menyebarkan ilmu Islam, Husain mendapatkan kepercayaan dari pengguna TikTok sebagai salah satu pendakwah muda paling berpengaruh saat ini. Menurut media, Husain bisa mencapai 4 juta pengikut di aplikasi TikTok bernama @basyasman00. Selain menjadi jurnalis, Husain kerap dijadikan mediator perdebatan Islam di TikTok. Perlu dijelaskan bahwa untuk menghindari kesalahan serius dalam berdakwah, para khatib harus terampil, menggunakan praktik yang baik dan kreatif dalam penggunaan media (Lestari, 2020). Oleh karena itu, saluran pesan Husain diperkenalkan melalui TikTok sebagai platform singkat dan netral, yang menampilkan dan disajikan secara modern kepada generasi milenial tanpa lupa

melanjutkan dan menambahkan argumentasi untuk membenarkan informasi tersebut, agar dapat menjangkau. usia milenium. berturut-turut. lebih baik. belajar agama dengan mudah di internet. Dukungan Da'vi pada milenium sekarang ini merupakan indikasi nyata pengaruh positifnya terhadap kemajuan Islam.

Berdasarkan informasi di atas, penulis ingin meneliti judulnya "*Pengaruh Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah terhadap Mahasiswa Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*"

TINJAUAN LITERATUR

Media Dakwah

a) Pengertian Dakwah

Dakwa artinya memanggil, berdakwah atau mengajak. Kata dakwah bersifat simbolis *fi'il* atau kata kerja berasal dan terdiri dari *da'a*, *yad'u*, *da'watan* Artinya memanggil, menyeru, mengundang. (Alhidayatillah, 2017).

Menurut peneliti, ada beberapa definisi Dakwah banyak terdapat dalam kata atau kamus. Menurut al-Bahi al-Khavli, dakwah adalah upaya mengubah keadaan menjadi lebih baik dan memuaskan demi kemaslahatan individu dan masyarakat. Menurut Ra'uf Syalaby, dakwah adalah perbuatan mengetahui hukum (Ihya al-Nidham) yang diturunkan Allah kepada Nabi Muhammad SAW (Pimay, 2006: 4-5).

Menurut MS. Nasrudin Latif, dakwah adalah segala usaha atau perbuatan, baik lisan maupun tulisan, yang bersifat mengajak orang lain untuk beriman dan taat kepada Allah (SWT) menurut prinsip keimanan, syariah, dan akhlak. Ini didefinisikan sebagai memanggil, berteriak, menyebabkan, berteriak dan berteriak dan mengubah kejahatan menjadi kebaikan.

Para ulama Bisa dibilang dakwah mengajak dan mengajak manusia untuk berbuat baik dan taat kepada Allah SWT dan dijauhkan dari segala dosa dan kemaksiatan. Secara sederhana, Dakwah dapat diartikan sebagai Amar Maruf Nahi dosa yang berarti menyerukan jalan yang baik atau benar dan melarang keburukan atau keburukan.

b) Media Dakwah

Media dakwah adalah objek, peristiwa dan mediator dakwah potensial yang melaluinya para khatib menyampaikan pesan-pesannya untuk membuat mereka gila.

Kemampuan pengiklan untuk memilih dari berbagai macam media merupakan bagian integral dari periklanan yang efektif. Hamzah Yaqub membagi makna media dakwah dibagi menjadi tiga kelompok sebagai berikut:

1. Komunikasi lisan, contoh media massa adalah siaran yang berbentuk ucapan atau suara, seperti radio, telepon, dan telepon genggam.
2. Buku cetak, berupa gambar, seni rupa, dan lain-lain.
3. Gambaran visual yang berupa bunyi langsung, bunyi dan gambar, misalnya televisi, video, film, dan sebagainya.

Dari ketiga metode atau metode dakwah tersebut, Anda dapat menggabungkan semuanya dan menggunakannya secara bersamaan, atau memilih salah satu metode atau metode dakwah yang sesuai dengan situasi sosial.

TikTok sebagai media dakwah

a) Pengertian Aplikasi TikTok

TikTok adalah aplikasi media sosial atau video musik yang memungkinkan pengguna membuat, mengedit, dan mempersingkat video dengan banyak fitur menarik seperti filter dan musik latar. (Vinarso, 2021)

TikTok, layanan yang memungkinkan pengguna berbagi video musik pendek, juga memiliki informasi serupa. Selain nama TikTok dikenal juga dengan Douyin, video atau lagu pendek vibrato, live audio.be (Puspita, 2020)

Jadi, TikTok adalah layanan yang memungkinkan pengguna untuk berbagi video pendek satu sama lain dan memiliki filter, efek, instalasi konten, dan banyak lagi. Dapat disimpulkan bahwa ini adalah media sosial atau media sosial yang memiliki banyak fitur menarik seperti filter, efek, stiker dan lain-lain.

b) Sejarah Aplikasi TikTok

TikTok adalah alat yang menawarkan fitur berguna dan menarik sehingga pengguna dapat dengan mudah membuat video pendek yang menarik untuk menarik lebih banyak pemirsa. Tik Tok adalah situs musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini merupakan video pendek dan musik yang sangat populer di kalangan tua dan muda.

TikTok juga berhasil mengakuisisi Musical.ly, raja iklan video pendek, khususnya di pasar Amerika. Demi meningkatkan pengaruhnya di pasar dunia, ByteDance berhasil mengakuisisi aplikasi Musical.ly pada akhir tahun 2017 dan menggabungkannya dengan TikTok.

Pada awal perkembangannya, TikTok menyebar dengan pesat terutama di Jepang dan Thailand. Pada tahun 2017, TikTok tidak harus menyediakan program apa pun di luar App Store di semua negara. Pada tahun 2018, "TikTok" sudah hadir di Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informatika menilai hal tersebut tidak ilmiah dan memblokir permintaan tersebut. Saat ini TikTok kembali populer di Indonesia dengan banyaknya kreator. Mulai dari masyarakat awam yang mengisi waktu luang, artis, hingga pekerja sosial pun menggunakan aplikasi ini. (Kumparan.com, 2020)

Menurut Fatimah Kartini Bohang pada tahun 2018, jumlah ini melampaui aplikasi populer lainnya seperti YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger, dan Instagram. Pengguna aplikasi Tik Tok di Indonesia sebagian besar adalah kaum milenial, anak sekolah atau dikenal dengan Generasi Z. Aplikasi ini sempat dilarang pada 3 Juli 2018. Kementerian Komunikasi dan Informatika menyelidiki aplikasi tersebut selama berbulan-bulan dan dia mampu melakukannya. ada banyak keluhan. permintaan ini, hingga 3 Juli. 2.853 pesan telah diterima.

Ulasan yang baik muncul di antara sejumlah besar pengguna atas manfaat yang diberikan oleh sumber daya. Di sisi lain, berbagi video yang tidak aman di TikTok

menyulitkan kelompok lain untuk percaya, sehingga menimbulkan ulasan negatif tentang aplikasi tersebut (Deriyanto, Qorib, 2018: 78).

c) Fitur Aplikasi TikTok

Pada bulan September 2021, aplikasi TikTok mencapai 1 miliar pengguna. Para pengguna ini menghabiskan sekitar 310 detik menggunakan TikTok, yang terlama di antara banyak platform media sosial lainnya. Hal ini tidak lepas dari aspek-aspek yang mendukung fungsi aplikasi tersebut (Savitri, 2021). Kategori ini meliputi: Musik, Audio, Suara, Tombol & Efek, Opsi, Waktu, Kecantikan, Pertanyaan (Tanya Jawab), Tagar, Stitch, dan Duet.

d) Dakwah Melalui Aplikasi TikTok

Islam merupakan agama yang paling banyak dianut di dunia, khususnya di Indonesia. Dia harus menjadi teladan bagi setiap gereja dan umatnya. Wujud dari perilaku baik adalah Islam yang dikenal dengan sebutan dakwah *rahmatan lil alamin* yang tidak memaksa umat untuk menerima dan mengamalkan ajaran Islam.

Al Islamu Shalih Likulli Zaman Wa Makan merupakan pemahaman ajaran Islam yang selalu diukur dan disesuaikan dengan waktu atau kondisi waktu dan tempat yang berbeda. Metode ini merupakan salah satu prinsip yang menjadi pedoman bagi para pengkhotbah sukses. (Wibowo, 2019).

Ada banyak media yang tersedia saat ini yang dapat digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan kesehatan, seperti Injil, seperti iklan layanan masyarakat. Oleh karena itu, dalam berdakwah di media sosial yang sesuai dengan Islam, bagi agama yang kritis dan menerima segala situasi dan perubahan, penting untuk mempelajari metode dakwah yang selalu dinilai sesuai budaya dan tradisi. Artinya dakwah tidak sekedar mengajar dari mimbar saja, namun harus mengetahui dan menyebarkan pentingnya ajaran dan nilai-nilai Islam dalam dunia media sosial.

TikTok sebagai salah satu cara berdakwah sedang populer di kalangan anak muda, khususnya generasi milenial saat ini. Selain itu, ada juga beberapa pendeta yang menggunakan pendeta baik laki-laki maupun perempuan, dimana mereka sering mempublikasikan khotbahnya.

TikTok merupakan salah satu metode penginjilan yang populer di kalangan anak muda, khususnya di kalangan generasi milenial saat ini. Ada juga beberapa khatib, baik laki-laki maupun perempuan, yang kerap menyebarkan detail dakwahnya.

Jika kita melihat pada masa Walisong dalam penyebaran Islam di Indonesia, terlihat banyak hal baru dalam dakwah. Berdasarkan adat perkawinan, perdagangan, budaya dan cara bermasyarakat. (Yuliyatun Tajuddin, 2014).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan saat ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Sumanto (1995) dikatakan bahwa penelitian khusus menggunakan metode analisis rinci, artinya membahas permasalahan yang jelas, karena dalam analisis kualitas permasalahannya berbeda dengan permasalahan lainnya. pemahaman yang

lebih mendalam mengenai permasalahan tersebut. Data yang digunakan adalah 5 orang mahasiswa manajemen dakwah (MD) 2021. Metode analisis data menggunakan metode pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak positif dari penggunaan TikTok sebagai media dakwah memiliki banyak manfaat. Dari penuturan Syafruddin Al Hafis, mahasiswa Manajemen Dakwah (MD) angkatan 2021, ia mengatakan: *“Sebenarnya selain sebagai saluran hiburan, TikTok juga sering kali menjadi sarana dakwah, serta motivasi.”* Menurut Syafruddin Al Hafis yang rutin menggunakan TikTok, ketiga responden memberikan jawaban yang sama. Dikatakannya bahwa TikTok merupakan salah satu bentuk hiburan dan selain sebagai bentuk hiburan, TikTok juga merupakan salah satu bentuk penelitian yang mendorong setiap orang untuk mencari lebih banyak ide. Muhammad Sury, Mahasiswa Manajemen Dakwah (MD) angkatan 2021 mengatakan: *“Melalui TikTok, saya mendapatkan kebahagiaan dan menambah ilmu atau keterampilan tentang dakwah dan memotivasi saya karena di era sekarang banyak gen z yang terjun langsung berdakwah melalui aplikasi TikTok dan bukan wawasan agama saja yang dapat kita tahu dari TikTok banyak wawasan yang dapat kita peroleh”.*

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa TikTok mempunyai dampak positif bagi yang menggunakannya sebagai sarana dakwah dan penjelasan untuk menyemangati dan mendekatkan diri kepada Allah SWT, sehingga perlu adanya pertukaran ide dalam mengeluarkan dakwah. . "Aplikasi TikTok juga dapat menambah informasi" berita ayta dan dakwah ramai dibicarakan hari ini dan melalui TikTok kita bisa mendapatkan informasi tentang kebenaran suatu hal yang sedang terjadi.

Tidak dapat dipungkiri bahwa TikTok memberikan dampak negatif terhadap penggunaan TikTok karena dampaknya. Syafruddin Al Hafis MD angkatan 2021 mengatakan: *“Pengaruh positif, ada pengaruh buruk yang mana terkadang banyak yang menyebarkan dakwah-dakwah yang sesat juga dan disini kita harus bisa memilih mana yang betul dan benar dakwah-dakwah dengan dalil-dalil yang mendukung akan dakwah yang disampaikan itu benar jangan langsung main terima-terima saja”.* Semua informan menerima tanggapan serupa terhadap wawancara. Kemudian dibenarkan oleh informan Azza Mifta Rao mahasiswa Manajemen Dakwah (MD) angkatan 2021 mengatakan bahwa, *“Berpengaruh karena Beberapa akibat negatif tersebut adalah dakwah di media sosial merupakan dakwah tanpa sensor dan tidak didasarkan pada kompetensi da'i atau khatib, sehingga memperbolehkan siapa pun untuk berdakwah tanpa memandang apakah mereka benar-benar terlatih secara agama, hanya tahu agama, atau tidak tahu apa-apa tentang agama. Apalagi akun media sosial pribadi merupakan sarana penyebaran informasi yang komprehensif, sebagian besar kebenarannya belum dapat diverifikasi, misalnya apakah suatu ayat dalam Alquran relevan dengan konteksnya, asbabun nuzul dan pesan utamanya selalu segar. Penafsiran menentukan bahwa ketidaksesuaian konteks antara asbabun nuzul dan ayat dapat disalahartikan bahkan disesatkan.*

Dapat ditegaskan bahwa dengan TikTok, para mahasiswa harus bisa mengetahui benar atau tidaknya dakwah yang disampaikannya, dan TikTok juga bisa membuat kita lupa bahwa ada pekerjaan yang harus kita selesaikan, pengerjaan TikTok dibatasi karena penggunaan bentuk hiburan ini. Mereka juga mengabaikan kesehatannya karena terus-menerus melihat ponselnya. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa FYP TikTok memuat video-video tidak pantas seperti pornografi, ujaran kebencian, dan lain-lain.

TikTok memungkinkan pengguna secara cepat menemukan informasi tentang penelitian dakwah. Generasi milenial saat ini kemungkinan besar sudah banyak yang memiliki aplikasi TikTok di telepon genggamnya. Mahasiswa pun saat ini sedang ramai melakukan tren TikTok yang sedang berkembang. Meluasnya penggunaan TikTok memberikan dampak yang sangat besar terhadap proses pembelajaran. Seperti pepatah Tamanda Siregar mahasiswa Manajemen Dakwah (MD) angkatan 2021 mengatakan bahwa, "Pengaruh TikTok sangatlah kuat karena kita sekarang sangat mudah mendapatkan informasi tentang kajian dakwah dimana saja, dan menjadikan itu sebagai *motivasi* juga, yang mana kita tidak sering mendengarkan dakwah-dakwah secara offline di media sosial TikTok kita bisa mengakses dakwah-dakwah yang ingin kita dengarkan untuk menambah wawasan dan pendekatan dengan Allah SWT".

Seperti yang dijelaskan oleh mahasiswa yang diwawancarai, TikTok tidak banyak memiliki efek negatif. Terkadang menonton video TikTok malah membuat pengguna termotivasi memiliki wawasan yang luas mengenai dakwah, sosial dan lainnya. Tapi itu kembali ke dalam diri penggunaannya masing-masing.

Hasil komunikasi penggunaan TikTok sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa manajemen dakwah. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan 5 orang informan yang mengatakan bahwa mereka memakai TikTok untuk tujuan yang berbeda-beda, ada yang mendengarkan dakwah, ada pula yang mengatakan hanya sekedar hiburan, dan mengatakan tujuannya untuk memperluas pengetahuan untuk mendapatkan informasi dan juga menyarankan untuk memilih bahan dakwah agar bijak.

Di antara kelima mahasiswa Manajemen Dakwah FDK UINSU, mereka menggunakan Tikok untuk menonton video dakwah populer. Menurut Informan 3, mereka merasakan banyak dampak positif yang dapat diterapkan dalam perkuliahannya dan berdampak lebih besar terhadap pengetahuan agamanya, seperti mendapatkan informasi tentang pelajaran dakwah lebih awal, mencari tips dan trik untuk melihat apakah benar atau tidak. bukan. bukan. Namun menurut dua informan, banyak dampak negatif yang mereka alami, seperti tidak bisa mengatur waktu dan mudah mempercayai hal-hal yang tidak benar hingga menyulut ujaran kebencian dan ajaran agama.

KESIMPULAN

Berdasarkan wawancara dengan mahasiswa Manajemen Dakwah, FDK dan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, diyakini sebagian besar responden

menggunakan TikTok sebagai cara untuk mendapatkan konten-konten dakwah sebagai motivasi. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok merupakan situs media sosial yang populer di kalangan pelajar. Beberapa responden menemukan cerita Islami di TikTok dan mengikuti cerita Islami. Hal ini menunjukkan adanya minat dan partisipasi dalam menerima informasi dan inspirasi keagamaan melalui platform ini. Selain itu, ketiganya sepakat bahwa TikTok bisa menjadi cara yang baik untuk menyebarkan ajaran Islam di kalangan pelajar. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran bahwa TikTok dapat menjadi alat komunikasi yang baik dalam berdakwah, namun sebagian besar tanggapan menyatakan kurang paham dengan narasumber yang mempublikasikan di TikTok. Hal ini menyoroti pentingnya pengiklan mengirimkan pesan yang dapat dipahami oleh berbagai audiens TikTok.

Banyak sumber yang meyakini kebenaran informasi yang diperoleh dari publikasi artikel di TikTok, namun ada dua sumber yang masih meragukan informasi yang diposting oleh editor TikTok mengenai dakwah. Hal ini menunjukkan pentingnya kejujuran dan integritas ketika melaporkan apa yang ada di platform. Sebagian besar responden berhati-hati dalam mengikuti ajaran Islam di TikTok dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat TikTok mengetahui pentingnya memilih dan menemukan hal-hal yang sejalan dengan ajaran Islam dan relevan dengan kehidupannya. Responden menggunakan TikTok tidak hanya sebagai sumber iklan, tetapi juga untuk tujuan lain, misalnya untuk bersenang-senang dan mencari hal-hal menarik. Ini menunjukkan betapa populernya TikTok dan betapa pentingnya mempromosikan konten Anda.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Ghulusy, *Al-Da'wa al-Islamiyah* (Kairo: dar al-kitab, 1987), h 9

Ali Nurdin, *Dakwah Dalam Islam*, (Jakarta : Bina Ilmu, 2007), h.93

Allisa, Lutfiana . dkk. (2023). Pengaruh Dakwah di Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*

Cahyono, A. S. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9 (1)

Deriyanto, D. 2018. Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi TikTok. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 7 (2)

Falah, Fazru. Dkk. (2023). Pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku keagamaan remaja (studi pada lingkungan ix desa sinaksak kecamatan tapian dolok kabupaten simalungun). *SIBATIK JOURNAL VOLUME 2 NO.5*

- Fatriadi, A. (2020). *Perspektif Dakwah Islam Dalam Penggunaan Aplikasi TikTok di Masa Pandemi Covid-19*. IAIN Parepare
- Febriana, A. Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @syam_elmarusy. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*. 11 (2): 180-194
- Kusuma, A. F. (2020). TikTok aplikasi media sosial yang hits: Simulasi sosial media dalam pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 179-186.
- Desviana, *Pengaruh Intensitas Akun Tik Tok @Basyasman00 Terhadap Sikap Keberagamaan*, 2021.
- Kendju, Muhammad Zidane Kendju, Shinta Nento, dan Aris Soleman. 2022. "Analisis Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Mahasiswa IAIN Manado)." *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 1(2):124-41.
- Moh. Ardani, *Memahami Permasalahan Fikih Dakwah*, (Jakarta: Mitra Cahaya Utama, 2006), h 37-38.
- Musdalifah, Intan, dan Nikmah Hadiati Salisah. 2022. "Cyberdakwah: TikTok Sebagai Media Baru." *KOMUNIDA : Media Komunikasi dan Dakwah* 12(2):176-95. doi: 10.35905/komunida.v12i2.2733.
- Musthofa. 2016. Prinsip Dakwah Via Media Sosial. *Aplikasia, Jurnal Aplikasi Ilmuilmu Agama*, 16(1).
- Nabila , Hilma Agisna. dkk. (2023). Pengaruh Media Sosial TikTok Dalam Dakwah Islam Di Kalangan Mahasiswa Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Nosipakabelo: Jurnal Bimbingan Konseling*.
- Novitalia, Yola. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Remaja Di Desa Benteng Utara Kecamatan Sungai Batang Kabupaten Indra Giri Hilir Provinsi Riau*. Skripsi. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.
- Palup, Rismaka. dkk. (2021). Analisis Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern. *Acamedia Jurnal of Multidisciplinary studies*.
- Puntoadi, Y. (2011). *Komunikasi Interaktif di Era Sosial Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Putra, Fauzi Eka. (2020). Revolusi Komunikasi Dan Perubahan Sosial (Dampak Pandemi Covid-19 Pada Mahasiswa). *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Reni Ferlitasari, *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja di Fakultas huluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun 2018.* (Tersedia di Online)

Safni, Laila Hanum. dkk. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Konsentrasi dan Prestasi Belajar Mahasiswa/I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan dan Konseling Volume 4.*

Sulistia, Dirga Ayu. dkk. (2023). Perilaku komunikasi penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa kpi fakultas dakwah dan komunikasi universitas islam negeri sumatera utara stambuk 2019. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*

Syah, Ahmad M. 2019. Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA.Al-Muhtadi Sendangagun. *Busyro: Vol. 1, No. 1.*