

**SKRIPSI**

**PENGARUH KONTEN DAKWAH APLIKASI *TIKTOK* TERHADAP  
PEMBENTUKAN AKHLAK GENERASI Z DI KELURAHAN  
DUAMPANUA KABUPATEN SIDRAP**



**OLEH**

**NUR INDAH SARI  
18.3300.021**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2023 M / 1444 H**

**PENGARUH KONTEN DAKWAH APLIKASI *TIKTOK* TERHADAP  
PEMBENTUKAN AKHLAK GENERASI Z DI KELURAHAN  
DUAMPANUA KABUPATEN SIDRAP**



**OLEH:**

**NUR INDAH SARI  
18.3300.021**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2023 M / 1444 H**

**PENGARUH KONTEN DAKWAH APLIKASI *TIKTOK* TERHADAP  
PEMBENTUKAN AKHLAK GENERASI Z DI KELURAHAN  
DUAMPANUA KABUPATEN SIDRAP**

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
Gelar Sarana Sosial (S.Sos)**

**Program Studi  
Manajemen Dakwah**

**Disusun dan diajukan oleh**

**NUR INDAH SARI  
NIM: 18.3300.021**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2023 M/1444 H**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi *TikTok*  
Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z  
Di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap

Nama Mahasiswa : NUR INDAH SARI

Nim : 18.3300.021

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
No. B-1770/In.39.7/PP.00.9/08/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Nurhikmah, M.Sos.I.

NIP : 198109072009012005

Pembimbing Pendamping : Dr. Zulfah, M.Pd.

NIP : 198304202008012010



Mengetahui :

Dekan,  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum  
NIP. 196412311992031045

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KONTEN DAKWAH APLIKASI *TIKTOK* TERHADAP  
PEMBENTUKAN AKHLAK GENERASI Z DI KELURAHAN DUAMPANUA  
KECAMATAN BARANTI**

Disusun dan diajukan oleh:

NUR INDAH SARI

NIM : 18.3300.021

Telah dipertahankan di depan Sidang Ujian Munaqasyah

Pada tanggal 05 Janurai 2023

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Nurhikmah, M.Sos.I.

NIP : 198109072009012005

Pembimbing Pendamping : Dr. Zulfah, M.Pd.

NIP : 198304202008012010



Mengetahui :

Dekan,  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum  
NIP. 196412311992031045

### PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi *TikTok*  
Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z  
Di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap

Nama Mahasiswa : NUR INDAH SARI

Nomor Induk Mahasiswa : 18.3300.021

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
No. B-1770/In.39.7/PP.00.9/08/2021

Tanggal Kelulusan : 05 Januari 2023

Disetujui oleh

Dr. Nurhikmah, M.Sos.I. (Ketua) (.....)

Dr. Zulfah, M.Pd. (Sekretaris) (.....)

Dr. H. Muhammad Saleh, M,Ag. (Anggota) (.....)

Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. (Anggota) (.....)

Mengetahui :

Dekan,  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum  
NIP. 196412311992031045

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ أَمَا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Karena rahmat dan ridhanya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi TikTok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z Di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap” ini dengan baik dan tepat waktu sebagai suatu syarat untuk meraih gelar S1. Salawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah, Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya diakhirat nanti.

Rasa syukur dan terimakasih saya hanturkan kepada kedua orang tua yang selalu saya hormati dan cintai yaitu Ayahanda Syarifuddin dan Ibunda Nasmi yang selalu memberikan semangat dan juga doa yang tidak ada henti-hentinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada Dr. Nurhikmah, M. Sos. I, selaku pembimbing I dan Dr. Zulfah, M. Pd, selaku pembimbing II yang tiada hentinya memberikan bimbingan, arahan serta motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari banyaknya pihak yang telah memberikan dukungan, baik moral maupun material. Untuk itu perkenankan penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. Hannani, M. Ag. Sebagai rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan di IAIN Parepare.
2. Dr. A. Nurkidam, M. Hum. Sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta Bapak Dr. Iskandar., M. Sos.I. selaku Wadek 1 dan Ibu Dr. Nurhikmah, M.Sos.I. selaku Wadek 2 Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan positif bagi mahasiswa.

3. Muh. Taufik Syam, M.Sos.I. selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah untuk semua ilmu, arahan dan bimbingannya.
4. Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag, selaku penguji 1 dan Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. selaku dosen penguji 2 saya yang memberikan masukan dalam skripsi ini.
5. Dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah meluangkan waktunya untuk berbagi ilmu.
6. Kepala perpustakaan dan staff perpustakaan yang telah memberikan wadah untuk menyiapkan referensi dalam skripsi ini.
7. Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah dan staff Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah membantu, melayani dan memberikan informasi mulai dari proses menjadi mahasiswa hingga pengurusan berkas ujian sampai penyelesaian studi.
8. Kepala lurah dan staff kantor Kelurahan Duampanua Kecamatan Baranti Kabupaten Sidrap yang telah menerima penulis dengan baik untuk melakukan penelitian sampai selesai.
9. Nannong beserta saudara-saudara saya Arsil dan Inna dan juga keluarga besar lainnya yang selama ini memberikan doa, semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Nur Wasrah dan Hasnawati yang senantiasa membantu dan memberikan semangat serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Tak lupa pula mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT berkenan menilai semuanya sebagai amal jariyah, rahmat dan hidayah.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila dalam penulisan ini terdapat kekeliruan dan kesalahan serta kakhilafan yang semua

itu terjadi diluar kesengajaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Parepare, 20 Oktober 2022

Penulis,



NUR INDAH SARI

18.3300.021



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

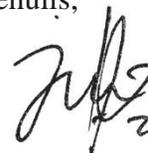
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NUR INDAH SARI  
NIM : 18.3300.021  
Tempat/Tgl. Lahir : Rappang, 13 Februari 2000  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi *TikTok* Terhadap  
Pembentukan Akhlak Generasi Z di Kelurahan  
Duampanua Kabupaten Sidrap

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, apabila kemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 20 Oktober 2022

Penulis,



NUR INDAH SARI  
18.3300.021

## ABSTRAK

**Nur Indah Sari**, *Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi TikTok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap*, (dibimbing oleh Nurhikmah dan Zulfah)

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan uji teoritik mengenai konten dakwah apa yang banyak disukai generasi Z serta pengaruh antara konten dakwah pada aplikasi *TikTok* terhadap pembentukan akhlak generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Program yang digunakan dalam penelitian adalah *software IBM SPSS statistic* versi 29.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa jenis konten dakwah pada aplikasi *TikTok* yang banyak disukai generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap adalah jenis konten dakwah yang berisi tentang motivasi dengan perolehan rata-rata persentase sebanyak 86,33% dengan kategori sangat tinggi. Sedangkan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan melalui uji koefisien korelasi terdapat pengaruh antara konten dakwah aplikasi *TikTok* terhadap pembentukan akhlak generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi sebesar 0,751 dengan sig. 0.01 menyatakan bahwa bernilai positif serta memiliki tingkat kekuatan yang kuat. Kemudian pada analisis uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai t-hitung > t-tabel, yaitu  $6,530 > 0,334$ . Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka konten dakwah aplikasi *TikTok* (X) berpengaruh terhadap pembentukan akhlak generasi Z (Y).

**Kata Kunci:** Pengaruh, Konten Dakwah, *TikTok*, Akhlak

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	iv
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	x
ABSTRAK .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	7
B. Tinjauan Teori .....	11
1. Teori Dakwah Media Sosial.....	11
2. Teori Generasi Z .....	20
3. Teori <i>Uses and Effect</i> .....	22
4. <i>TikTok</i> .....	25
5. Akhlak.....	29
C. Kerangka Pikir.....	36
D. Hipotesis.....	38

BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
C. Fokus Penelitian .....	40
D. Populasi dan Sampel .....	40
E. Variabel Penelitian .....	43
F. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel .....	44
G. Instrumen Penelitian.....	48
H. Teknik Pengumpulan Data .....	49
I. Teknik Pengolahan Data .....	50
J. Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	56
A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	56
1. Deskripsi Data Penelitian Variabel X (Konten Dakwah) .....	56
2. Deskripsi Data Penelitian Variabel Y (Akhlak).....	61
3. Analisis Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi TikTok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z Di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap .....	65
B. Pembahasan.....	69
1. Konten dakwah yang disukai generasi Z pada aplikasi TikTok di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap .....	69
2. Pengaruh konten dakwah aplikasi TikTok terhadap pembentukan akhlak generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap .....	70
BAB V PENUTUP.....	72
A. Simpulan.....	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	I

## DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
3.1	Data Kelahiran 2000 di Kelurahan Duampanua	40
3.2	Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin	42
3.3	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
3.4	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	43
3.5	Skala Likert Variabel X (Konten Dakwah)	48
3.6	Skala Likert Variabel Y (Akhlak)	49
3.7	Blue Print Skala Variabel X	49
3.8	Blue Print Skala Variabel Y	49
3.9	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	53
4.1	Respon Terhadap Konten Dakwah Motivasi	57
4.2	Respon Terhadap Konten Dakwah Inspirasi	58
4.3	Respon Terhadap Konten Dakwah Nasihat	58
4.4	Respon Terhadap Konten Dakwah Hijrah	59
4.5	Respon Terhadap Konten Dakwah Doa-doa	60
4.6	Rekapitulasi Responden Variabel X	61
4.7	Respon Terhadap Akhlak Baik	62
4.8	Respon Terhadap Akhlak Buruk	63
4.9	Rekapitulasi Skor Variabel Y	64
4.10	Output Uji Normalitas	65
4.11	Output Uji Regresi Linear Sederhana	66
4.12	Output Uji Korelasi	67
4.13	Output Uji Koefisien Determinasi	68
4.14	Output Uji F	68

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
2.1	Konten Dakwah Motivasi	18
2.2	Konten Dakwah Inspirasi	18
2.3	Konten Dakwah Hijrah	19
2.4	Konten Dakwah Nasihat	19
2.5	Konten Dakwah Doa-doa	20
2.6	Bagan Kerangka Pikir	37



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>NO</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1	Surat Izin Dari IAIN Parepare	VI
2	Surat Izin Dari Pemerintah Kabupaten Sidrap	VII
3	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	VIII
4	Daftar Kuesioner	IX
5	Tabulasi Data	XV
6	Dokumentasi	XVII
7	Daftar Riwayat Penulis	XVIII



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni *media* dan *sosial*, media diartikan sebagai alat komunikasi sedangkan kata sosial diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.<sup>1</sup> Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan alat komunikasi yang digunakan dalam proses sosial.

Di Indonesia sendiri media sosial sudah banyak diminati baik dari kalangan tua maupun muda. Bahkan jika dilihat di era sekarang anak-anak di bawah umur sangat mahir dalam menggunakan media sosial.<sup>2</sup> Hal ini tidak dapat dipungkiri lagi karena media merupakan alat komunikasi efektif dan memiliki karakteristik yang praktis untuk menyampaikan pesan baik berupa berita, gambar maupun video apalagi pengaksesan media sosial di era sekarang dapat kita lakukan kapanpun dan dimanapun. melalui *handphone* dan komputer yang semakin mempermudah seseorang untuk mengaksesnya.

Media sosial memiliki banyak jenis aplikasi di dalamnya seperti line, instagram, facebook, youtube dan *TikTok*. Salah satu aplikasi yang sangat tren di masa kini yaitu aplikasi *TikTok*.<sup>3</sup> Aplikasi *TikTok* merupakan salah satu media yang digunakan dalam pembuatan konten yang banyak diminati oleh masyarakat.

---

<sup>1</sup> Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*, Jurnal Publikasi Pendidikan. Vol 25 No 1. 2017, h.37.

<sup>2</sup> Nora Usrina. “Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur’an Ar-Risalah”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh,2021), h.3-4.

<sup>3</sup> Riska Amelia, “Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten TikTok”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi,2021). h.1

Pengguna aplikasi *TikTok* di Indonesia kebanyakan adalah anak usia sekolah dan milenial atau yang kita kenal dengan sebutan generasi Z.

Generasi Z merupakan generasi pertama yang hidup berdampingan langsung dengan teknologi sejak mereka dilahirkan ke dunia, maka dari itu mereka biasa disebut pribumi digital.<sup>4</sup> Penggunaan media sosial oleh generasi Z dianggap kuat, bahkan hingga beberapa orang sampai ketergantungan. Meskipun mampu memberikan dampak positif, apabila tidak digunakan dengan baik, maka media sosial mampu memberikan dampak negatif. Sebagai generasi Z yang merupakan generasi yang lahir pada zaman teknologi sangat dibutuhkan yang namanya manajemen dalam pengelolaan yang baik dalam memanfaatkan akun *TikTok*nya, untuk memperoleh serta memunculkan pemahaman-pemahaman positif dan juga penerapan dalam kehidupannya.

Doyle menemukan bahwa pengguna *TikTok* generasi Z adalah sebesar 60%. Hal ini membuktikan bahwa generasi Z lebih menyukai konten yang bertebaran di media sosial terutama pada aplikasi *TikTok* saat ini. *TikTok* dapat mendapatkan daya tarik bagi generasi Z lainnya agar memiliki keinginan untuk menggunakannya.<sup>5</sup>

*TikTok* memungkinkan penggunanya mengkreasikan serta mengembangkan wawasannya dalam bentuk video. Aplikasi *TikTok* ini memiliki beberapa fitur yang dapat mendukung dalam pembuatan video tersebut yaitu berupa musik, filter, dan beberapa fitur pendukung lainnya.<sup>6</sup> Dengan adanya fitur dalam aplikasi *TikTok* dapat memudahkan seseorang untuk mengkreasikan videonya.

Aplikasi *TikTok* memudahkan para pengguna media dalam menyimak dan memahami isi pesan, karena disampaikan dengan inovatif yang baru atau dapat

---

<sup>4</sup> Winona Katyusha, (2021, Juni 08). “Siapa itu generasi Z dan Bagaimana cara mendidiknya”. Diakses dari <https://hellosehat.com/parenting/anak-6-sampai-9-tahun/perkembangan-anak/mengenal-anak-generasi-Z/>

<sup>5</sup> Doyle, (2020, September), “*TikTok Statistics – Everything You Need to Know*”. Di akses dari

<sup>6</sup> Dwi Putri Robiatul Adawiyah, *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*, Jurnal Komunikasi. Vol 14. NO 2. September 2020. h.136.

dikatakan menarik dan unik. Mereka pastinya membutuhkan hiburan serta tempat untuk mencari informasi sekaligus tempat untuk menambah wawasan yang bermanfaat bagi pembacanya terutama bagi generasi Z yang lahir pada tahun 2000.<sup>7</sup> Dengan adanya kebebasan dalam mengakses aplikasi *TikTok* tersebut seseorang memanfaatkannya untuk membuat konten-konten negatif sehingga dapat meresahkan masyarakat. Maka dari itu diperlukan manajemen yang baik untuk memanfaatkan aplikasi *TikTok*. Manajemen ini terletak pada diri seseorang itu sendiri. Apabila seseorang dapat memenaj dirinya dalam memanfaatkan akun *TikTok*nya maka akan menghasilkan pengaruh positif, begitupun sebaliknya apabila seseorang tidak dapat memenaj dirinya dalam memanfaatkan akun *TikTok*nya maka akan berpengaruh negatif. Untuk itu sangat dibutuhkannya manajemen dalam pengelolaan konten dakwah. Dengan adanya manajemen yang baik dalam pengelolaan media, salah satu media yang dimaksud adalah media aplikasi *TikTok* ini dapat memberikan pengaruh terhadap pembentukan akhlak pada seseorang terutama pada generasi Z. Sebagai pengguna *TikTok* harus pintar dalam mengelola serta memanfaatkan aplikasi *TikTok*nya dengan semestinya terutama bagi generasi Z. Dengan pengelolaan yang baik pada aplikasi *TikTok* akan menghasilkan pengaruh positif terhadap pembentukan akhlak bagi generasi Z.

Pada tahun 2018 aplikasi *TikTok* sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dengan alasan adanya konten-konten yang tidak semestinya diperlihatkan terutama bagi anak-anak. Pemblokiran ini hanya bersifat sementara dikarenakan hasil dari pantauan dari Tim AIS atau mesin pengais internet Kominfo dan juga beberapa laporan dari komisi perlindungan anak dengan adanya penyebaran konten yang tidak semestinya diperlihatkan agar kiranya dapat menyebarkan konten-konten yang lebih bermanfaat dikarenakan aplikasi *TikTok* ini

---

<sup>7</sup> Novia Wijaya dan Lusia Savitri Setyo Utami, *Pengaruh Penyampaian Informasi pada Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z*, Vol 5. No 2. Oktober 2021. h. 268

merupakan aplikasi yang dinikmati di semua kalangan.<sup>8</sup> Akan tetapi, pada tahun 2020 *TikTok* kembali populer dikarenakan bersedia memenuhi syarat dengan membersihkan dan menjaga kontennya sehingga *TikTok* sudah banyak mengandung konten kreatif dan positif salah satunya adalah terdapat banyak konten bernuansa keislaman dan mengandung nilai dakwah.

Dakwah merupakan proses penyampaian serta mengajak orang untuk melakukan hal-hal positif sesuai syariat islam. Penyampaian tersebut dapat berupa perilaku yang baik dan mencegah dari perbuatan yang dibenci Allah dan Rasul<sup>9</sup> sehingga bisa tersalurkan seluruh masyarakat yang menggunakan aplikasi *TikTok* dengan baik yang sesuai ajaran islam. Melalui aplikasi *TikTok* kesempatan untuk berdakwah semakin besar, karena siapapun berhak menyampaikan dakwah. Aplikasi *TikTok* merupakan salah satu media kontemporer untuk pembuatan konten dakwah.

Sebagaimana dalam Firman Allah swt dalam QS. An-Nahl/16:125.

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Terjemahnya:

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah) dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”.<sup>10</sup>

Maksud dari ayat di atas adalah sebagai umat muslim kita di anjurkan untuk selalu menyampaikan dakwah dimanapun kita berada. Dengan adanya aplikasi *TikTok* dapat mempermudah dalam penyebaran dakwah. Perkembangan dakwah telah

<sup>8</sup> Kominfo, (2018, Juli 04). “Blokir Tik Tok Hanya Sementara”. Diakses dari [https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan_media)

<sup>9</sup> Syamsuddin, Pengantar Sosiologi Dakwah, (Jakarta: Jl. Tandra Raya, 2016), h.10

<sup>10</sup> Kementerian Agama RI, *Qur'an Kemenag in Word Add-Ins* (Lajnah Pentasihan Mushab Al-Quran Badan Litbang dan Diklat. Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019), h.228

mengikuti perkembangan teknologi untuk memperluas persebaran dakwah bagi masyarakat.

Konten dakwah yang tersebar melalui aplikasi *TikTok* akan tersalurkan bagi masyarakat luas terkhususnya bagi generasi Z yang lahir pada tahun 2000. Melalui konten dakwah keagamaan akan membentuk akhlak yang baik bagi generasi Z dikarenakan kejayaan seseorang terletak pada akhlaknya yang baik, akhlak yang baik akan membuat seseorang menjadi tenang dan menghindari hal tercela. Seseorang yang berakhlak karimah akan selalu melaksanakan kewajibannya. Maka sangat penting konten dakwah dalam pengelolaan manajemen diri yang baik untuk membentuk akhlak pada generasi Z.

Dengan adanya konten dakwah pada aplikasi *TikTok* sudah seharusnya memunculkan kesadaran bagi masyarakat untuk memiliki pemahaman dalam pengelolaan akun TikTiknya dengan baik serta mengembangkan suatu ide yang bermanfaat dan juga meniru hal-hal yang baik untuk mereka terapkan dalam kehidupan terutama bagi generasi Z yang ada di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap. Dengan adanya konten dakwah dalam video *TikTok* tersebut dapat memberikan pengaruh positif terhadap pembentukan akhlak bagi generasi Z kelahiran 2000 yang ada di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap untuk menjadi generasi yang berakhlak karimah. Maka dari itu dengan adanya latar belakang di atas maka peneliti dapat merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan pokok masalah sebagai berikut:

1. Konten dakwah apa yang disukai generasi Z pada aplikasi *TikTok* ?
2. Bagaimana pengaruh konten dakwah pada aplikasi *TikTok* terhadap pembentukan akhlak generasi Z ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Untuk menggambarkan konten dakwah apa yang disukai generasi Z pada video *TikTok*
2. Untuk menggambarkan pengaruh konten dakwah video *TikTok* terhadap pembentukan akhlak generasi Z

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini terdiri dari dua hal yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai konten dakwah apa yang disukai generasi Z serta pengaruh konten dakwah video *TikTok* pada generasi Z yang ada di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap dan dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi peneliti itu sendiri.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan untuk memberikan kesadaran bagi generasi Z yang ada di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap untuk lebih mengelola serta memanfaatkan aplikasi *TikTok*nya dengan semestisnya agar dapat meniru serta menerapkan hal-hal yang bernilai positif dan juga hasil temuan ini dapat dijadikan sumber bacaan bagi peneliti lainnya serta untuk memperoleh gelar sarjana strata (S1).

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Sebelum melakukan penelitian peneliti terlebih dahulu mencari informasi yang memiliki keterkaitan antara tema yang diangkat oleh peneliti sebagai acuan serta bahan perbandingan, baik mengenai kelebihan dan kekurangan yang sudah ada. Selain itu, peneliti juga menggunakan penelitian terdahulu untuk menguatkan judul yang diangkat bahwa sama sekali belum pernah diteliti sebelumnya dan juga sebagai tambahan informasi untuk peneliti itu sendiri. Adapun penelitian terdahulu antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Desviana dengan judul “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun TikTok Dakwah @Basyasman00 Terhadap Sikap Keberagaman”. Mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2021. Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan uji teoritik mengenai pengaruh dan seberapa besar pengaruh diantara kedua variabel yaitu intensitas mengakses dan sikap keberagaman yang dilakukan survey pada *followers* akun *TikTok* @Basyasman00. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan *purpose sampling* dengan rumus *slovin*. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Desviana bahwa terdapat pengaruh yang bersifat positif, semakin tinggi intensitas mengakses akun TikTok @Basyasman00 semakin tinggi juga keberagaman pemahaman mad’unya.<sup>11</sup>

Adapun persamaan penelitian yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh media sosial dakwah dan juga konten dakwah. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan, adapun metode yang digunakan oleh Desviana

---

<sup>11</sup> Desviana, “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Tiktok Dakwah @Basyasman00 Terhadap Sikap Keberagaman”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,2021).

adalah metode penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan yang akan digunakan peneliti adalah metode penelitian kualitatif dan kuantitatif.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Agis Dwi Prakoso dengan judul “Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap Remaja Islami di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukaramae”. Mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar penggunaan aplikasi Tik Tok di Kelurahan Waydadi Baru serta efek terhadap perilaku keagamaan remaja islami di Kelurahan Waydadi Baru tersebut. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif . Hasil penelitian yang diperoleh Agis Dwi Prakoso bahwa penggunaan aplikasi Tik Tok di kalangan remaja cukup besar dan perilaku keagamaan tidak memiliki pengaruh dikarenakan sebelum adanya Tik Tok ini memang sudah melekat pada diri remaja akan tetapi pada pengeloaan waktu aplikasi Tik Tok ini memiliki pengaruh terhadap remaja.<sup>12</sup>

Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Agis Dwi Prakoso ini terletak pada metodenya yaitu metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dari penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Agis Dwi Prakoso ini berfokus pada kalangan remaja yang ada di kelurahan waydadi baru kecamatan sukaramae sedangkan peneliti berfokus pada generasi Z kelahiran 2000.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Bagus Prianbodo dengan judul “Pengaruh “TIKTOK” Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”. Mahasiswa dari Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya tahun 2018. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Tik Tok terhadap kreativitas remaja Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data menggunakan kuensioner. Hasil analisis korelasi dan regresi sederhana linear bahwa variable remaja

---

<sup>12</sup> Agis Dwi Prakoso, “*Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islami di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukaramae*”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,2020).

menggunakan aplikasi “TikTok” memiliki hubungan signifikan dengan nilai koefisien 0,645 terhadap variabel tumbuhnya kreativitas karena nilai korelasi bernilai kuat karena nilai korelasi pada penelitian ini berada pada interval koefisien antara 0,60 – 0,799. Dalam penelitian ini dihasilkan bahwa aplikasi “TikTok” memiliki pengaruh sebesar 14,6% terhadap tingkat kreativitas remaja Surabaya.<sup>13</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Bagus Prianbodo adalah sama-sama membahas tentang pengaruh *TikTok*. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan oleh Bagus Prianbodo yaitu metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan metode yang digunakan oleh calon peneliti adalah metode kualitatif dan kuantitatif.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Nadila Febrianingrum dengan judul “Pengaruh Konten TikTok Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Medan Mengikuti Program Vaksinasi Covid-19”. Mahasiswa dari Universitas Sumatera Utara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi tahun 2021. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tanggapan masyarakat Kota Medan terhadap konten vaksinasi covid-19, serta seberapa besar pengaruh konten TikTok dalam meningkatkan kesadaran masyarakat Kota Medan mengikuti program vaksinasi covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan menggunakan teori *uses and effects*. Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Kota Medan memiliki pandangan positif terhadap konten vaksinasi Covid-19 pada aplikasi TikTok dan mayoritas responden juga memiliki kesadaran dalam mengikuti program vaksinasi Covid-19 melalui uji determinan korelasi.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Bagus Prianbodo, “Pengaruh “TIKTOK” Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”, (Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya, 2018).

<sup>14</sup> Nadila Febrianingrum, “Pengaruh Konten TikTok Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Medan Mengikuti Program Vaksinasi Covid-19”, (Skripsi: Universitas Sumatera Utara, 2021).

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nadila Febrianingrum adalah sama-sama membahas tentang pengaruh *TikTok* dengan menggunakan teori *uses and effect*. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan oleh Nadila Febrianingrum yaitu metode penelitian kuantitatif korelasional sedangkan metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif dan kuantitatif deskriptif.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Riska Marini dengan judul “Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah”. Mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2019. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial *tik tok* terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN1 Gunung Sugih kab. Lampung Tengah. Adapun metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif korelasi dengan pengumpulan data angket. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Riska Marini adalah adanya pengaruh positif yang sangat signifikan antara media sosial Tik Tok terhadap prestasi belajar. Hal ini sesuai dengan perhitungan peneliti dengan menggunakan uji-correlations.<sup>15</sup> Adapun persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Riska Marini yaitu dalam penelitian ini membahas tentang pengaruh *TikTok*. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan oleh Riska Marini yaitu metode penelitian kuantitatif korelasi dengan pengumpulan data angket sedangkan metode yang digunakan oleh calon peneliti adalah metode kualitatif dan kuantitatif dengan pengumpulan data kuesioner.

---

<sup>15</sup> Riska Marini, “Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).

## B. Tinjauan Teori

### 1. Teori Dakwah Media Sosial

#### a. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa arab *da'a, yad'u, da'watan* yang berarti seruan, ajakan, panggilan,<sup>16</sup> sedangkan secara terminologi, yaitu menyeru atau mengajak manusia untuk meyakini adanya Allah dan menjalani kehidupan sesuai yang diperintahnya.

Menurut Syech Ali Mahfudh dakwah adalah mendorong manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti syariat islam, serta mencegah mereka agar menjauhi perbuatan mungkar untuk mendapatkan kebahagiaan dunia maupun di akhirat.<sup>17</sup> Hal ini dilakukan agar di setiap langkah kita selalu melakukan kebaikan yang sesuai syariat islam. Jika kita selalu menyampaikan dakwah maka kita akan mendapat pahala yang luar biasa oleh Allah swt.

Sebagaimana dalam hadis:

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ. (رواه مسلم)

Artinya :

“Barang siapa yang menunjukkan kepada suatu kebaikan, maka baginya pahala seperti orang yang melaksanakannya” (HR. Muslim).<sup>18</sup>

#### b. Fungsi dakwah

Dakwah mempunyai fungsi yang sangat besar, karena dakwah dapat mendorong manusia untuk melaksanakan ajaran islam sehingga di dalam setiap langkah dan kehidupan selalu berlandaskan agama islam dan berperilaku baik. Dakwah berfungsi untuk mengarahkan, memotivasi, membimbing, mendidik dan menghibur. Fungsi dakwah secara umum

<sup>16</sup> Muhammad Qadaruddin Abdulla, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Pasuruan: Qiara Media, 2019), h.2

<sup>17</sup> Desviana, *Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Tiktok Dakwah @Basyasman00 Terhadap Sikap Keberagaman*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), h.24

<sup>18</sup> <http://www.follyakbar.id/2012/07/hadits-hadits-dakwah.html?m=1>

terbagi atas dua segi yaitu segi tingkat isi pesan dakwah dan segi misi perubahan masyarakat, berikut penjelasannya:<sup>19</sup>

- 1) Fungsi dari segi tingkat isi pesan dakwah
  - a) Menanamkan pengertian, maksudnya menanamkan pengertian merupakan langkah awal yang harus dicapai dalam aktifitas dakwah, karena dari pengertian yang jelas maka seseorang dapat memiliki persepsi yang jelas sehingga dapat melahirkan ide dan menentukan sikap terhadap ide tersebut.
  - b) Membangkitkan kesadaran, yaitu memberikan semangat atau dorongan untuk melakukan suatu nilai sehingga menimbulkan kesadaran sendiri, dengan bangkitnya kesadaran akan mendorong untuk melakukan kebaikan.
  - c) Mengaktualisasi dalam tingkah laku, merupakan realisasi dari pengertian kesadaran yang baik sehingga menimbulkan tingkah laku yang didasari oleh ajaran islam sehingga nilai-nilai ajaran islam itu dapat diaktualisasikan ke dalam kehidupan manusia.
  - d) Melestarikan dalam kehidupan, yaitu suatu usaha agar ajaran islam yang telah tertanam dalam diri seseorang tidak dicemarkan oleh perbuatan zaman yang selalu berkembang.
- 2) Fungsi dari segi misi dan perubahan masyarakat
  - a) Segi praktisnya, merupakan dakwah yang memajukan segala bidang tingkah laku manusia yang bersifat positif dengan demikian, dakwah berfungsi untuk mengarahkan segala aktifitas manusia untuk mencapai sasaran yang lebih maju. Dalam hal ini dakwah memberikan tuntunan hidup serta melahirkan generasi yang bernilai praktis dan religius.

---

<sup>19</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (CV. Penerbit Qiara Media, 2019), h.12-14

- b) Segi keadaan manusia sendiri, dakwah akan mengembalikan manusia kepada fitrah yang benar menurut kata hatinya. Dakwah akan memberikan nilai untuk diri manusia sehingga membuat manusia mengembangkan apa yang telah ada karena keadaan manusia yang selalu menjadi perhatian utama dakwah.
- c) Segi peranannya sebagai pembaharu masyarakat, dakwah memberikan angin baru dan pedoman yang akan lebih menguntungkan kultur dan civilisasi manusia.
- d) Segi kehidupan manusia dan tujuan hidupnya, dakwah akan memberikan arahan serta meluruskan arah hidup jika sewaktu-waktu terjadi penyelewengan dalam diri manusia.
- e) Segi diri manusia terutama dari segi psikisnya, dakwah akan memberikan motivasi sehingga akan memberikan pengembangan psikis yang lebih baik.
- f) Segi keinginan manusia yang selalu berkembang, dakwah akan memberikan pengetahuan terhadap apa yang harus dikerjakan dan mana yang harus ditinggalkan dalam memenuhi kepuasan dan keinginan manusia.
- g) Segi perlunya manusia berhubungan dengan Allah swt., dakwah mengajarkan moralitas, etika islami dan pengembangan rohani manusia serta menempatkan manusia sebagai makhluk yang tertinggi dan menempatkan manusia dalam kedudukan yang benar sebagai hamba Allah swt.

### c. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah adalah mewujudkan masyarakat islam yang mengimplementasikan ajaran agama islam dengan cara yang benar dalam menghadapi tantangan zaman.

Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah/2:208.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu.<sup>20</sup>

Ayat di atas menjelaskan tentang dakwah bertujuan untuk mewujudkan masyarakat islam yang berserah diri kepada Allah dalam segala aspek kehidupan manusia dengan sepenuh jiwa. Adapun tujuan dakwah menurut Samsul Munir Amin dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu sebagai berikut:

#### 1) Tujuan Umum Dakwah

Tujuan umum dakwah (*mayor objective*) adalah sesuatu yang hendak dicapai oleh aktifitas dakwah. tujuan dakwah yang di maksud yang masih bersifat umum dan utama.

#### 2) Tujuan Khusus Dakwah

Tujuan khusus dakwah (*Minor objective*) adalah perumusan tujuan dan penjabaran dari tujuan umum dakwah. tujuan ini berguna agar pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat diketahui arah ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa dan dengan cara apa secara terperinci.

### d. Media dakwah

<sup>20</sup> Kementerian Agama RI, *Qur'an Kemenag in Word Add-Ins* (Lajnah Pentasihan Mushab Al-Quran Badan Litbang dan Diklat. Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019)

Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u*.<sup>21</sup> Media dakwah dapat dibagi dua yaitu media tradisional dan media modern. Media tradisional dapat berupa seni pertunjukan islami secara tradisional yang dipentaskan di depan publik sebagai hiburan. Sedangkan media modern yaitu berdakwah dengan menggunakan teknologi seperti berdakwah di televisi, radio dan kemudian saat ini berkembang menjadi dakwah digital melalui internet seperti youtube, tiktok dan media sosial lainnya.

Secara umum media-media yang dapat digunakan sebagai media dakwah adalah sebagai berikut:

1) Media Visual

Media visual adalah alat yang dapat digunakan untuk untuk kepentingan dakwah melalui indera penglihatan, contohnya yaitu *Overhead Proyektor*, gambar dan foto.

2) Media Audio

Media audio adalah alat yang digunakan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah melalui indra pendengaran, contohnya yaitu *tape recorder* dan radio.

3) Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat merangsang indra pendengaran dan penglihatan.<sup>22</sup> Contohnya yaitu film, slide, televisi, internet dan media sosial.

4) Media Cetak

Media cetak adalah media untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media cetak merupakan media yang banyak

<sup>21</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h.288

<sup>22</sup> Dr. Moh. Ali Aziz, M.Ag., *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h.120

digunakan dan sudah ada dimana-mana contohnya buku, surat kabar dan majalah.

Dalam penelitian ini media dakwah yang digunakan adalah lisan tulisan, gambar dan media audio visual karena mad'u dapat menerima dakwah melalui internet yang mana melalui salah satu media sosial yaitu aplikasi *TikTok*.

e. Metode dakwah

Metode dakwah juga biasa disebut dengan thariqah. Metode dakwah merupakan cara atau jalan yang ditempuh untuk memperoleh hasil yang efektif dan efisien. Pedoman dasar atau prinsip penggunaan metode dakwah islam sudah tertulis dalam Al-Qur'an dan Hadis. Maka dapat disimpulkan terdapat tiga pokok thariqah (metode) dakwah yaitu:

- 1) Hikmah, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi atau kondisi *mad'u*, sehingga dalam penyampaian ajaran islam mereka tidak merasa terpaksa atau keberatan dalam mengerjakannya atau dengan kata lain dia mengamalkannya atas dasar dengan kemauan sendiri.
- 2) Al-Mau'idzah Al-Hasanah, yaitu berdakwah dengan memberikan nasehat dengan bahasa yang baik dan lembut. Maksudnya berdakwah dengan cara memberikan nasehat dan mengingatkan orang lain dengan bahasa yang baik sehingga pendengar dapat mudah memahami serta mau menerima nasehat tersebut.
- 3) Mujadalah, yaitu berdakwah dengan cara bertukar fikiran serta membantah dengan cara yang baik agar tidak memberikan tekanan serta tidak menjelekkkan orang.

f. Dakwah Media Sosial

Tidak sekedar untuk bersilaturahmi, media sosial merupakan sarana yang tepat dan efektif untuk berdakwah. Hal ini dikarenakan

jejaring sosial digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan usia dan profesi di seluruh dunia. Dakwahpun bisa dilakukan di manapun dan kapanpun.

Melalui media sosial, dakwah bisa tersampaikan dengan baik dibandingkan dengan dakwah melalui acara-acar keislaman. Karena dalam hal ini pemilik akun media sosial, berada dalam situasi tidak tidak di paksa. Dimana mereka membaca konten atau dakwah tersebut ketika mereka ingin membacanya, begitu juga sebaliknya.

Saat ini sudah banyak *da'i* yang memanfaatkan media sosial untuk berdakwah. Mereka membuat konten-konten tentang keislaman dan berbagai informasi yang bermanfaat. Dengan demikian masyarakat dapat selalu mendapatkan siraman rohani keislaman secara langsung tanpa harus dating ke acara tausiyah atau pengajian.

Konten adalah salah satu sarana informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten merupakan produksi media lewat sebuah teknologi baru yang dapat dengan mudahnya diakses dan dijangkau oleh siapapun khususnya masyarakat umum. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai macam aplikasi yaitu aplikasi *facebook*, *Instagram* dan *TikTok*.

Melihat manfaat positif media sosial saat ini, sudah saatnya para ustadz dan ustadzah mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan media sosial. Maka sekarang sudah banyak bermunculan konten-konten dakwah di media sosial salah satunya adalah aplikasi TikTok. Semuanya berlomba-lomba untuk menyebarkan kebaikan, serta syariat dan nilai-nilai agama sesuai syariat islam. Berikut ini adalah contoh-contoh konten dakwah yang ada pada aplikasi *TikTok*.

1) Konten dakwah yang berisikan motivasi

Motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai

tujuan individu. Sikap dan nilai tersebut merupakan suatu invisible yang memberikan kekuatan untuk mendorong individu dalam mencapai tujuan. Adapun contoh konten dakwah yang berisikan tentang motivasi islami.



Gambar 2.1 Konten Dakwah Motivasi

2) Konten dakwah yang berisikan tentang inspirasi

Inspirasi adalah ide ide kreatif yang muncul dengan sendirinya atau dengan mengamati atau melakukan sesuatu yang terkadang waktu dan tempatnya jarang di kenal. Adapun contoh konten dakwah yang berisikan tentang inspirasi.



Gambar 2.2 Konten Dakwah Inspirasi

3) Konten dakwah yang berisikan tentang hijrah

Hijrah menurut bahasa berarti meninggalkan, menjauhkan diri dan berpindah tempat. Seseorang dikatakan hijrah jika telah

memenuhi dua syarat, yaitu: ada sesuatu yang ditinggalkan dan ada sesuatu yang dituju (tujuan). Adapun contoh konten dakwah yang berisikan tentang hijrah.



Gambar 2.3 Konten Dakwah Hijrah

4) Konten dakwah yang berisikan tentang nasihat

Nasihat adalah suatu bentuk yang menghubungkan pendapat pribadi atau institusi, sistem kepercayaan, nilai, rekomendasi, atau panduan tentang situasi tertentu yang disampaikan dalam konteks tertentu kepada orang, kelompok, atau pihak lain. Nasihat sering ditawarkan sebagai panduan untuk bertindak atau berperilaku.



Gambar 2.4 Konten Dakwah Nasihat

5) Konten dakwah yang berisikan tentang doa-doa

Doa merupakan kegiatan memohon kepada Allah terhadap sesuatu hal. Doa dipanjatkan oleh seorang muslim ketika mengalami

kesusahan maupun diberi kemudahan dalam kehidupan di dunia maupun di akhirat kelak. Adapun contoh konten dakwah yang berisikan tentang doa-doa.



Gambar 2.5 Konten Dakwah Doa-doa

## 2. Teori Generasi Z

Dalam teori generasi (*Generation Theory*) yang dikemukakan oleh Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall disebut juga *iGeneration*, generasi *net* atau generasi internet. Generasi Z lahir tahun 1995-2010.<sup>23</sup>

Mereka memiliki kesamaan dengan generasi Y, tapi mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti *nge-tweet* menggunakan ponsel, *browsing* dengan *PC*, dan mendengarkan musik menggunakan *headset*. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil mereka sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka.

Dalam pola hidup Generasi Z berisi orang-orang yang lahir pada masa transisi perkembangan teknologi. Adanya teknologi yang serba memudahkan menyebabkan generasi Z menyukai hal-hal instan dalam

<sup>23</sup> Adica. (2022). "GENERASI Z berdasarkan Teori Generasi". Diakses dari <https://www.silabus.web.id/generasi-z-berdasarkan-teori-generasi/>

proses bekerja. Hal tersebut berpengaruh terhadap pola pikir dan cara mereka bekerja.

Generasi Z tumbuh bersamaan dengan adanya inovasi teknologi yang beragam seperti smartphone, sosial media, dan lainnya. Kehidupan menjadi sangat bergantung pada teknologi tersebut. Tidak jarang mereka mementingkan popularitas dari sosial media dengan melakukan hal-hal penuh sensasi.

Sikap generasi Z masih terus diperhatikan dan belum dapat disimpulkan secara pasti seperti generasi sebelumnya. Hal ini disebabkan saat ini kebanyakan masih berada di fase remaja. Secara garis besar mereka cenderung mengikuti gaya generasi Y mulai dari sikap saat bekerja, bersosialisasi, dan berkomunikasi.

Generasi Z menyukai suasana yang fleksibel dan berorientasi pada kekeluargaan. Banyak yang lebih memilih bekerja dalam tim dibandingkan bekerja sendiri. Pola pikir generasi Z lebih terbuka terhadap perubahan dan inovatif untuk mengembangkan hal baru. Adapun ciri-ciri Generasi Z berikut penjelasannya:

- a. Generasi Z adalah generasi digital yang mahir dan telah terbiasa akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi digital. Informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan pendidikan maupun pribadi agar dapat diakses dengan cepat dan mudah.
- b. Sangat suka dan sering berkomunikasi dengan semua kalangan khususnya lewat jejaring sosial seperti facebook, twitter atau SMS. Melalui media ini mereka jadi lebih bebas berekspresi dengan apa yang dirasa dan dipikir secara spontan.
- c. Cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan di sekitarnya.
- d. Terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Misalnya membaca, berbicara, menonton, dan mendengarkan musik

secara bersamaan. Hal ini karena mereka menginginkan segala sesuatu serba cepat, tidak bertele-tele dan berbelit-belit.

- e. Cenderung kurang dalam berkomunikasi secara verbal, cenderung egosentris dan individualis, cenderung ingin serba instan, tidak sabaran, dan tidak menghargai proses.

### 3. Teori *Uses and Effect*

*Uses and Effect Theory* awal mulanya diperkenalkan oleh Sven Windahl dalam buku Sosiologi Komunikasi. Teori *Uses and Effect* ini merupakan campuran antara pendekatan *uses and gratifications* dan teori tradisional mengenai efek yang berhubungan antara pengguna, media, *audience* dan efek (hasilnya). dalam teori ini konsep “*use*” atau penggunaan merupakan bagian yang paling penting dari pemikiran ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa.

Pada model *uses and gratification* lebih menjelaskan tentang penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan individu. Teori ini menunjukkan bahwa permasalahan utamanya bukan pada bagaimana cara media mengubah sikap dan perilaku khalayak, akan tetapi lebih kepada bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Sehingga sasarannya pada khalayak yang aktif dalam menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.<sup>24</sup> Sedangkan *uses and effect*, menjelaskan bahwa kebutuhan hanya menjadi salah satu dari faktor terjadinya penggunaan media. Maksudnya bukan hanya satu-satunya faktor yang menyebabkan penggunaan media akan tetapi terdapat faktor-faktor lainnya yaitu karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan

---

<sup>24</sup> Hoeta Soehoet, “*Teori Komunikasi 2*”, (Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta- IISIP, 2002), h.70.

tingkat akses terhadap media akan membawa individu kepada keputusan menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa.<sup>25</sup>

a. Karakteristik Individu

Keadaan seseorang dan apa yang dia mampu, merupakan campuran dari keadaan dan pengalaman yang diperoleh melalui proses pembelajaran. Dalam kata lain karakteristik individu adalah minat, sikap terhadap diri sendiri, kebutuhan individual dan kemampuan atau kompetensi seseorang.

b. Harapan

Orang biasanya melihat apa yang mereka harap untuk dilihat, dan apa yang mereka harapkan untuk dilihat biasanya berdasarkan apa yang diketahui, pengalaman sebelumnya, atau keadaan yang hendaknya ada harapan.

c. Persepsi terhadap media

Persepsi adalah proses yang dilakukan seseorang untuk memilih, mengatur dan menafsirkan stimulus ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.

d. Tingkat akses media

Tingkat dalam KBBI memiliki arti jengjang, kedudukan dan taraf.<sup>26</sup> Dan akses media adalah kegiatan menggunakan media. Jadi tingkat akses media adalah kedudukan dalam penggunaan media.

Hasil dari proses komunikasi massa dan kaitannya dengan penggunaan media akan membawa pada bagian penting dari teori *uses and effect* ini. Hubungan antara penggunaan dan hasilnya dengan

<sup>25</sup> Sasa Djuarsa Sendjaja, "Teori Komunikasi", (Jakarta: Universitas Terbuka, 2014), h.543.

<sup>26</sup> KBBI, "Pengertian Tingkat", <http://kbbi.web.id/tingkat>, diakses tanggal 3 April 2022 jam 16.30

memperhitungkan isi media serta memiliki beberapa bentuk yang berbeda, yaitu:<sup>27</sup>

- 1) Pada kebanyakan teori efek tradisional, karakteristik isi media menentukan sebagian besar dari hasil. Penggunaan media hanya dianggap sebagai faktor perantara, dan hasil dari proses tersebut dinamakan efek.
- 2) Dalam berbagai proses, hasil merupakan akibat penggunaan daripada mengurangi aktivitas lainnya, di samping itu juga memiliki konsekuensi psikologis seperti ketergantungan pada media tertentu.
- 3) Kita juga dapat beranggapan bahwa hasil ditentukan oleh sebagian isi media melalui perantaraannya penggunaannya dan sebagian lain oleh penggunaan media itu sendiri. Oleh karena itu terdapat dua proses yang bekerja secara bersamaan menyebabkan terjadinya suatu hasil yang disebut “*conseffects*” yang merupakan gabungan antara konsekuensi dan efek.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 model yang membedakan hasil penggunaan media yaitu sebagai berikut:

- a) Efek (*Effect*) adalah hasil yang ditentukan isi media.
- b) Konsekuensi (*Consequence*) adalah hasil yang diperoleh akibat penggunaan media, bukannya isi media.
- c) Konsefek (*Conseffect*) adalah hasil yang diperoleh akibat penggunaan media dan isi media itu sendiri.

Teori *Uses and Effect* menekankan bagaimana penggunaan media yang menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Jika isi media menghasilkan efek tertentu, maka penggunaan media akan menghasilkan konsekuensi dan jika keduanya terjadi secara simultan antara isi media dan penggunaan media maka akan menghasilkan *conseffect*.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Sasa Djuarsa Sendjaja, “*Materi Pokok Teori Komunikasi*”, (Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikbud, 1994), h. 215-217.

<sup>28</sup> Daryanto, “*Teori Komunikasi*”, (Malang: Gunung Samudra, 2014). h.162.

#### 4. *TikTok*

##### a. Pengertian *TikTok*

Aplikasi *TikTok* merupakan aplikasi pembuat video musik pendek yang mempunyai berbagai macam efek serta fitur yang dapat mendukung dalam pembuatan video yang diluncurkan pada bulan september tahun 2016 yang dikembangkan oleh developer yang berasal dari Tiongkok yang bernama Zhang Yiming, yang merupakan lulusan software engineer dari Universitas Nankai. Zhang Yiming ini mempunyai perusahaan teknologi *ByteDance* pada maret 2012. Lewat perusahaannya inilah Yiming mengembangkan aplikasi *TikTok*. Sepanjang tahun 2018 industri konten dan video tersebut merambah ke playstore dengan unduhan lebih 500 juta kali. Sebagian besar pengguna *TikTok* diketahui merupakan anak muda bahkan anak-anak yang masih belia.<sup>29</sup>

##### b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi aplikasi *TikTok*

Menurut Mulyana penggunaan *TikTok* terbagi atas dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor Internal seperti sikap, perasaan, prasangka, keinginan motivasi dan kebutuhan minat. Sedangkan Faktor Eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar.<sup>30</sup> Dari kedua faktor tersebut dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi *TikTok* berikut penjelasannya:

###### 1) Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari diri seseorang seperti kemauan dan perasaan. Perasaan merupakan peristiwa kejiwaan

---

<sup>29</sup> Sholihatun Atik Hikmawati dan Luluk Farida, Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol 2. No 1, Januari 2021. h.4

<sup>30</sup> Demmy Deriyanto dan Fathul Qorib, *Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Tik Tok*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol 7. No 2, 2018, h.78.

yang dialami dengan senang ataupun tidak senang dalam hubungan. Maka faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *TikTok* pada seseorang adalah perasaan. Karena apabila seseorang tidak menyukai penggunaan aplikasi *TikTok* ini maka mereka tidak akan menggunakannya. faktor internal juga bisa dikatakan sebagai sebuah proses pembelajaran dalam penggunaan media sosial *TikTok*. Maka dalam penggunaan *TikTok* ini akan meningkatkan kreatifitas setiap orang selain itu juga sebagai media pembelajaran terutama bagi generasi Z yang dapat membantu dalam pembentukan akhlak. Akan tetapi, jika dilihat dari sisi negatifnya pada pengguna aplikasi *TikTok* ini akan membuat orang memiliki rasa malas dan membuat orang lupa dengan waktu.

## 2) Faktor Eksternal

Dalam aplikasi *TikTok* baik orang dewasa sampai anak-anak dapat memperoleh informasi serta belajar dari berbagai video yang ada di dalamnya contohnya seperti video konten dakwah yang mengajarkan tentang keislaman serta kejadian lainnya yang tersebar begitu cepat ke seluruh pengguna *TikTok*. Nasrullah mengatakan informasi menjadi hal utama yang akan menjadi identitas dalam bermedia sosial karena media sosial dapat mengkreasikan serta memproduksi konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.<sup>31</sup> Jadi informasi merupakan suatu yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *TikTok*, jika saja orang tidak mendapatkan informasi tentang *TikTok* maka mereka tidak akan mengenal *TikTok* akan tetapi dia akan menjadi penggunanya sekaligus. Informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan *TikTok* karena pengaruh

---

<sup>31</sup> Agis Dwi Prakoso, “Pengaruh Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islami di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,2020), h.27

dari media sosial merupakan bagian dari media informasi jadi informasi juga bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti *TikTok* terutama bagi generasi Z.

c. Dampak aplikasi *TikTok* bagi generasi Z

Dalam penggunaan aplikasi *TikTok* juga memiliki sisi positif dan juga sisi negatif bagi generasi Z.

1) Dampak positif

a) Menjalin hubungan sesama

*TikTok* dapat digunakan untuk saling mengenal dan menciptakan hubungan pertemanan. Selain itu *TikTok* juga dapat dimanfaatkan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna lain melalui kolom komentar maupun pesan pribadi.

b) *TikTok* sebagai sumber informasi

*TikTok* juga dapat digunakan untuk menyampaikan suatu informasi penting untuk pembentukan akhlak generasi Z contohnya yaitu penyampaian doa-doa yang ada di Al-Qur'an dan hadis serta motivasi-motivasi hijrah kepada orang-orang yang ingin menambah ilmu terutam bagi generasi Z. Informasi merupakan hal yang sangat penting dikarenakan di dalamnya terkandung berbagai pelajaran agar manusia mendapat kemaslahatan hidup dunia maupun di akhirat.<sup>32</sup> Maka perlu diketahui bahwa apabila orang mendapatkan informasi dari *TikTok* maka perlu mencari tahu tentang kebenaran terkait informasi tersebut dan hendaknya memilih informasi yang baik dan bermanfaat.

c) *TikTok* sebagai media hiburan

---

<sup>32</sup> Serli R, “*Tik-Tok Dalam Kajian Al-Qur’an (Studi Kasus Perilaku Pengguna Tik-Tok Di Kota Palopo)*”, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2021), h, 24-25.

Dalam aplikasi *TikTok* terdapat berbagai video menarik sehingga dapat memberikan hiburan bagi semua pengguna terutama bagi generasi Z yang dapat memberikan pelajaran tambahan. Maka dari itu aplikasi *TikTok* ini digunakan sebagai media menghibur diri apabila seseorang merasa bosan atau stress.

## 2) Dampak negatif

Selain dampak positif, *TikTok* pastinya memiliki dampak negatif bagi penggunanya seperti perkembangan mental dan fisik dikarenakan kecanduan *TikTok*. Maka dari itu memicu pada moral dan perilaku pengguna. Adapun dampak negatif yang ditimbulkan dari pengguna *TikTok* adalah sebagai berikut:

### a) Pengembangan Fisik

Sebagai sosial media yang tren dimasa kini *TikTok* dapat membuat penggunanya kecanduan yang dapat menyebabkan lupa waktu dan, tidak dapat mengatur waktunya sehingga menciptakan moral yang tidak sesuai. Hal demikian membuat generasi Z ini tidak memberikan kesempatan kepada dirinya untuk mempelajari pengalaman baru serta lupa akan kewajibannya, contohnya kewajiban sebagai pelajar apabila dalam menggunakan *TikTok* tidak membatasi waktu dalam menggunakan *TikTok* maka akan mempengaruhi perkembangan fisiknya.

### b) Pengembangan Moral

Moral merupakan suatu penentu baik buruknya suatu kebiasaan dan tingkah laku seseorang yang dalam al-qur'an sendiri disebut dengan akhlak. Dalam aplikasi *TikTok* ini banyak pengguna yang telah kita dapatkan hanya mementingkan popularitas saja sehingga tidak ada rasa malu yang ada di dalam dirinya. Maka dari itu baik dari pengguna ataupun penikmat dari video *TikTok* tersebut akan memicu rusaknya moral seseorang terutama kepada anak-anak.

Dari penjelasan di atas dapat kita simpulkan bahwa aplikasi *TikTok* memiliki sisi positif yang lebih dominan apabila pengguna memanfaatkannya dengan sebaik-baiknya. Pembentukan akhlak pada generasi Z dapat dibentuk pada aplikasi *TikTok* dengan adanya konten-konten dakwah yang di dalamnya yang dapat membantu dalam pembentukan pola pikir.

## 5. Akhlak

### a. Pengertian Akhlak

Akhlak menurut Ibnu Miskawaih adalah suatu keadaan alam jiwa seseorang yang mendorong untuk melakukan aktifitas tanpa dipikirkan dan direnungkan terlebih dahulu. Keadaan ini bisa berupa *tabiat* dan bisa juga hasil dari kebiasaan. Apabila itu *tabiat* maka tidak mungkin berubah, akan tetapi jika itu kebiasaan maka ada kemungkinan untuk berubah. Baginya akhlak dapat berubah dengan kebiasaan dan Latihan serta pelajaran yang baik. Miskawaih mengatakan bahwa kebaikan terletak pada segala sesuatu yang berguna untuk mencapai tujuan yang baik.<sup>33</sup> Sedangkan Ahmad Amin mengemukakan bahwa yang disebut akhlak ialah kebiasaan kehendak. Maksudnya kehendak itu apabila selalu membiasakan sesuatu maka kebiasaannya tersebut disebut dengan akhlak. Maka dari itu dengan keterangan tersebut nyata bahwa orang yang baik ialah orang yang menguasai keinginan baik dengan langsung berturut-turut dan begitu juga dengan sebaliknya orang jahat atau durhaka. Adapun orang yang tidak dikuasai oleh keinginan yang tertentu dengan terus menerus, maka ia tidak berbudi. Dengan ini kita dapat mengerti bahwa budi itu sifat jiwa yang tidak kelihatan. Adapun akhlak yang kelihatan adalah

---

<sup>33</sup> Amin Syukur, *Studi Akhlak*, (Semarang: Walisongo Press, 2010), h.41

kelakuan atau *muamalah*. Kelakuan adalah suatu gambaran dan bukti nyata adanya akhlak.<sup>34</sup>

Dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa akhlak melingkupi sifat atau keadaan baik atau buruk yang tertanam dalam jiwa seseorang yang dapat mendorong untuk melakukan suatu perbuatan tanpa berfikir karena adanya suatu kebiasaan yang terus menerus dan berulang-ulang.

b. Pentingnya Akhlak

Meskipun manusia dan bangsa itu mengajarkan ilmu pengetahuan, akan tetapi lebih penting untuk mengajarkan akhlak. Akhlak merupakan kebutuhan untuk mengobati jiwa dan membersihkan dari bahaya serta keburukan yang mengancam. Adanya kezaliman, kemaksiatan, perbudakan dan penjajahan itu lebih ditimbulkan karena kurangnya pembinaan akhlak yang baik dari pada disebabkan kekurangan ilmu. Tidak sedikit orang yang berilmu namun hatinya bersih dan akhlaknya mulia, melakukan kewajiban-kewajibannya sesuai dengan kekuatan yang ada pada dirinya.<sup>35</sup> Maka dari itu akhlak sangat penting dan sangat diperlukan oleh setiap orang bahkan bagi setiap bangsa di seluruh dunia.

c. Pembagian Akhlak

Akhlak terbagi atas dua jenis yaitu kecenderungan sisi baik (*akhlaq al-kharimah*) dan sisi buruk (*akhlaq al-madzmumah*). Berikut penjelasannya:

1) Akhlak Terpuji (Akhlak Karimah/Akhlak *Mahmudah*)

Akhlaqul mahmudah (akhlak terpuji) berasal dari kata mahmudah yang merupakan bentuk maf'ul dari kata kamida yang

<sup>34</sup> Ahmad Amin, *Al-Akhlak*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), h.62-63

<sup>35</sup> Humaidi Tatapangsara, *Pengantar Kuliah Akhlak*,..., h. 17

berarti “dipuji”. Akhlak terpuji biasa juga disebut dengan Akhlak Karimah atau akhlak mulia atau makarim al-akhlak, atau *akhlaq al-mujiyat* (akhlak yang menyelamatkan pelakunya).<sup>36</sup> Macam-macam akhlak terpuji adalah sebagai berikut:

a. Sabar

Kata sabar berarti menahan dan mencegah. Kesabaran merupakan sikap pencegahan jiwa untuk melakukan sesuatu. Dengan sabar, seseorang berhadapan dengan dua dorongan yaitu dorongan agama dan hawa nafsu. Sabar dibagi menjadi tiga yang pertama, sabar untuk melakukan ketaatan, kedua, sabar terhadap musibah yang menimpanya dan ketiga, sabar dari menjauhi hal-hal yang dilarang.

b. Syukur

Syukur merupakan sikap seseorang untuk tidak menggunakan nikmat yang diberikan oleh Allah SWT dalam melakukan maksiat kepada-Nya. Bentuk syukur ditandai dengan keyakinan hati bahwa nikmat yang diperoleh berasal dari Allah SWT dan tidak menggunakan nikmat tersebut untuk berbuat sesuatu yang dibenci pemberinya. Bertambah banyak kita bersyukur bertambah pula nikmat yang akan diberikan.

c. Ikhlas

Ikhlas adalah suatu sikap untuk merelakan sesuatu yang kita anggap paling baik dengan harapan mendapatkan ridha Allah SWT. Dengan kita ikhlas maka hati akan menjadi tenang dan ibadah menjadi lancar serta mendapatkan pahala dari Allah SWT.

d. Bersifat malu

---

<sup>36</sup> Rosidi, *Pengantar Akhlak Tasawuf*, (Semarang: Karya Abadi Jaya), h.5

Malu adalah malu kepada Allah, malu kepada orang lain dan malu kepada diri sendiri jika melanggar aturan-aturan yang sudah ditetapkan Allah. Maka dengan adanya sifat ini yang dimiliki seseorang maka dapat dijadikan bimbingan menuju jalan keselamatan dan mencegah dari perbuatan yang tidak baik.

e. Menepati janji

Janji adalah suatu ketetapan yang dibuat dan disepakati oleh seseorang untuk orang lain atau diri sendiri yang dilaksanakan sesuai dengan ketetapan. Dengan menepati janji maka sama saja dengan melaksanakan perintah Allah.

2) Akhlak Tercela (Akhlak *Madzmumah*)

*Akhlaq Madzmumah* (akhlak tercela) adalah akhlak yang tidak baik dan tidak benar menurut islam. Akhlak tercela merupakan yang tercermin dari tutur kata, tingkah laku dan sikap yang tidak baik.

a) Marah

Marah adalah kekuatan yang menggelora dari batin. Marah merupakan api yang tersembunyi di dalam hati. Maka Allah menciptakan marah dan memperbanyaknya di dalam batin manusia. Sehingga, jika marah maka api amarah lah yang menyala dan berkoba, api itu mendidih di darah hati, lalu tersebar melalui pembuluh darah kemudian naik ketubuh bagian atas sebagaimana air yang mendidih. Marah tidak dapat dihilangkan secara keseluruhan akan tetapi dapat dikurangi dan dikendalikan untuk keperluan kehidupan.

b) Sombong

Sombong yaitu menganggap dirinya lebih dari yang lain sehingga dia berusaha menutupi dan tidak mau mengakui kekurangannya, selalu merasa tinggi, lebih pintar, lebih dihormati,

lebih beruntung dari pada yang lain dan selalu merasa memiliki segala-galanya dibandingkan orang lain.

c) Riya

Riya adalah melakukan ibadah dan amal kebaikan bukan karena Allah semata melainkan karena tujuan duniawi agar mendapat pujian, penghargaan dan penghormatan dari orang lain. Seseorang yang memiliki sifat riya akan memperlihatkan bahwa dia orang yang baik, padahal hatinya tidak demikian, apa yang tampak berbeda dari apa yang sebenarnya ada padanya.

d) Tamak

Tamak disebut juga keserakahan adalah suatu sikap yang tidak merasa cukup, sehingga ingin selalu menambah apa yang seharusnya dimiliki tanpa memperhatikan hak orang lain. Allah melarang hambanya melakukan tindakan yang rakus, karena hal ini dapat menyebabkan seseorang lupa menyembah kepadaNya, dapat bersifat kikir, tidak bersyukur, memeras dan merampas hak-hak orang lain.<sup>37</sup>

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan akhlak

Objek ilmu akhlak adalah perbuatan manusia. Perbuatan manusia yang dimaksud adalah semua tingkah laku yang dilandasi oleh kehendak. Untuk mencari penyebab suatu perbuatan, maka suatu perbuatan memiliki sebab dan dasar-dasar, baik dari dalam maupun dari luar manusia pelakunya sendiri. Sebab dan dasar itu dapat dibedakan dalam dua faktor, yaitu faktor dalam diri dan faktor dari luar diri manusia itu sendiri.

---

<sup>37</sup> Rosidi, *Pengantar Akhlak Tasawuf*,..., h.19

1) Faktor dari dalam diri

a) Insting

Salah satu faktor yang lebih dominan dalam tingkah laku dan perbuatan manusia adalah insting atau naluri, yang merupakan sifat yang dapat menimbulkan suatu perbuatan dalam mencapai suatu tujuan dengan dipikirkan terlebih dahulu tanpa didahului dengan latihan untuk melakukannya.

b) Adat Kebiasaan

Adat menurut bahasa adalah aturan yang lazim diikuti sejak dahulu. Setiap suku atau bangsa mempunyai adat istiadat yang diwariskan dari nenek moyangnya. Dipandang baik bagi siapa yang mengikutinya dan dipandang buruk bagi siapa yang melanggarnya.<sup>38</sup> Adat merupakan hukum-hukum yang ditetapkan untuk mengatur hubungan perorangan, hubungan masyarakat, dan untuk mewujudkan kemaslahatan bersama karena terdorong oleh instingnya. Kebiasaan adalah rangkaian perbuatan yang dilakukan dengan sendirinya, tetap masih dipengaruhi oleh akal pikiran.

c) Keturunan

Hal-hal yang diwariskan dalam keturunan oleh orang tua/nenek moyangnya dapat diklasifikasikan menjadi tiga yaitu sifat manusia, sifat bangsa dan sifat keluarga.

d) Kehendak

Kehendak menurut bahasa adalah kemauan, keinginan dan harapan yang keras. Kehendak merupakan fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan dari dalam hati, bertautan dengan pikiran dan perasaan.kehendak

---

<sup>38</sup> Asmaran, *Pengantar Study Akhlak*, (Jakarta: Rajawali, 1992), h.27

ialah suatu kekuatan yang mendorong melakukan perbuatan untuk mencapai tujuan.<sup>39</sup> Melakukan suatu perbuatan yang diinginkan maupun dihindari itu dinamakan kehendak.

e) Manajemen

Manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan seseorang dalam mengatur kegiatan yang dikerjakan individu. Suatu pengelolaan waktu agar setiap kegiatan menjadi terencana dan bisa dikerjakan dengan baik. Dengan adanya manajemen diri yang baik dalam pengelolaan hidup maka akan menciptakan akhlak yang baik juga.

2) Faktor dari luar diri

a) Lingkungan

Lingkungan merupakan hal yang sangat berpengaruh pada akhlak manusia. Permasalahan kemasyarakatan mempengaruhi sifat-sifat dan karakter manusia. Seseorang yang berada pada lingkungan yang tepat dan baik akan tumbuh menjadi orang yang baik. Sebaliknya lingkungan yang buruk akan menjadi pengaruh yang buruk, termasuk juga lingkungan pergaulan.

b) Agama

Diantara sarana mendidik akhlak yang paling baik adalah agama. Agama dapat mebekas pada diri seseorang dan dapat menguasai hati, dimana hati merupakan penggerak baik dalam mengajak kepada akhlak yang mulia dan juga bisa mengendalikan emosi. Agama membawa ajaran-ajaran yang menuntun manusia kepada kebaikan-kebaikan dalam kehidupannya. Ajaran-ajaran yang dimaksud adalah ajaran

---

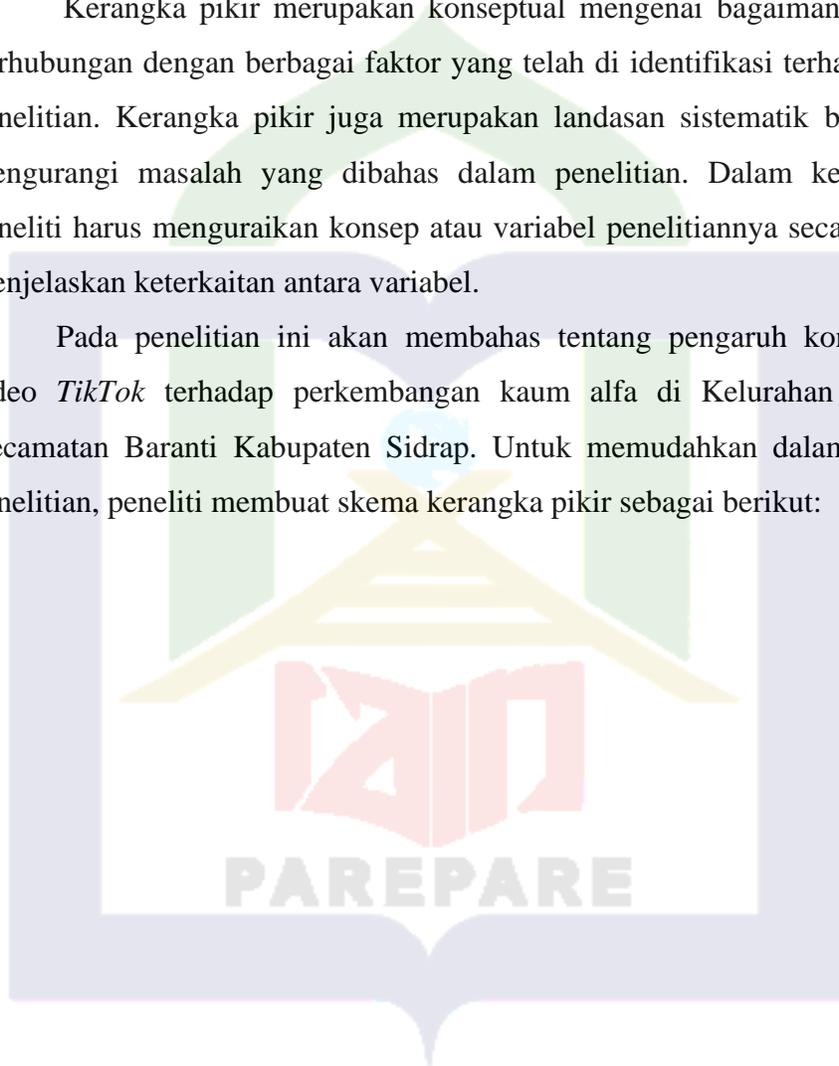
<sup>39</sup> M. Yatimin Abdullah, Studi Akhlak Dalam Perspektif Al-Qur'an, ..., h. 92

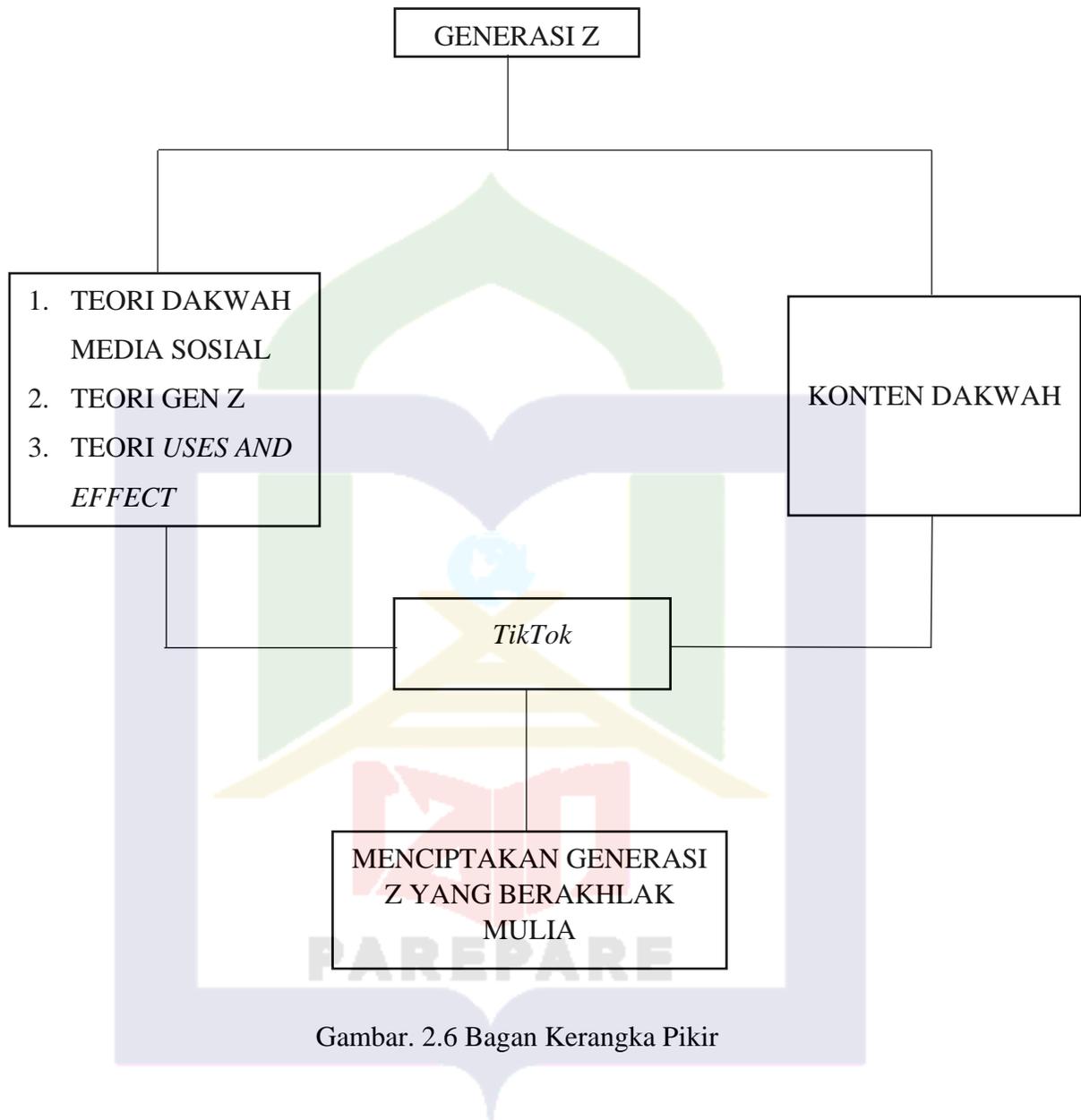
moral, ibadah dan pedoman hidup yang akan membawa manusia kepada perilaku yang baik sesuai dengan tuntunan tersebut.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan konseptual mengenai bagaimana suatu teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi terhadap masalah penelitian. Kerangka pikir juga merupakan landasan sistematis berfikir untuk mengurangi masalah yang dibahas dalam penelitian. Dalam kerangka pikir peneliti harus menguraikan konsep atau variabel penelitiannya secara rinci serta menjelaskan keterkaitan antara variabel.

Pada penelitian ini akan membahas tentang pengaruh konten dakwah video *TikTok* terhadap perkembangan kaum alfa di Kelurahan Duampanua Kecamatan Baranti Kabupaten Sidrap. Untuk memudahkan dalam memahami penelitian, peneliti membuat skema kerangka pikir sebagai berikut:





Gambar. 2.6 Bagan Kerangka Pikir

#### D. Hipotesis

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya. Hipotesis juga merupakan dugaan sementara atas suatu hubungan, sebab akibat dari kinerja variable yang perlu dibuktikan kebenarannya. Hipotesis statistik harus diuji, karena itu harus berbentuk kuantitas (dinyatakan dalam bentuk angka-angka) untuk dapat diterima atau ditolak. Hipotesis statistik akan diterima jika hasil pengujian membenarkan pernyataannya dan akan ditolak jika terjadi penyangkalan dari pernyataannya.<sup>40</sup> Adapun hipotesis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- Ha : Ada pengaruh positif dan signifikan antara konten dakwah video *TikTok* terhadap pembentukan akhlak pada generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap.
- Ho : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara konten dakwah video *TikTok* terhadap pembentukan akhlak pada generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap.

---

<sup>40</sup> M. Iqbal Hasan, Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Infrensi), (Jakarta: Bumi Aksara,1999), h. 139

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan adalah persoalan yang berhubungan dengan cara seseorang dalam meninjau dan menghampiri persoalan sesuai dengan disiplin ilmunya.<sup>41</sup> Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang digunakan sebagai pengembangan ilmu serta pemecahan suatu masalah sehingga dapat memberikan solusi dari masalah tersebut.

Penelitian merupakan alat bagi ilmuwan untuk mengungkap tabir yang ada dibalik fenomena yang terjadi, sehingga terungkap kebenaran yang sesungguhnya dan dapat menghasilkan pengetahuan baru yang bermanfaat.<sup>42</sup> Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah kuantitatif.

Penelitian yang dilakukan peneliti termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah data informasi yang berupa symbol angka atau bilangan. Berdasarkan symbol-simbol angka tersebut perhitungan secara kuantitatif diolah sesuai dengan fungsinya. Hasil pengolahan tersebut selanjutnya dipaparkan dalam bentuk angka-angka sehingga memberikan suatu kesan lebih mudah ditangkap maknanya oleh siapapun yang dibutuhkan informasi tentang keberadaan gejala tersebut.

Melihat jenis data diatas peneliti mengambil jenis data kualitatif dan data kuantitatif untuk menentukan hasil yang akurat dari penelitian ini.

### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kelurahan Duampanua Kecamatan Baranti Kabupaten Sidrap. Pemilihan lokasi ini didasarkan atas terdapatnya pengguna *TikTok*

---

<sup>41</sup> Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), h. 42

<sup>42</sup> Djam'an Satori dan Aan Komaria, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), h.56

generasi Z. Adapun waktu yang digunakan peneliti untuk meneliti adalah selama kurang lebih satu bulan lamanya (d disesuaikan dengan kebutuhan peneliti).

### C. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti, maka penelitian berfokus untuk mengetahui bagaimana pengaruh konten dakwah video *TikTok* terhadap pembentukan akhlak generasi Z. Dimana fokus penelitiannya terletak pada generasi Z kelahiran 2000 yang memiliki akun *TikTok*.

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>43</sup> Tujuan diadakannya populasi adalah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi.<sup>44</sup>

Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud oleh peneliti adalah seluruh generasi Z yang ada di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap sebanyak 55 orang.

**Tabel 3.1 Data Kelahiran 2000 di Kelurahan Duampanua**

No	Jenis Kelamin	Total
1.	Laki-laki	7
2.	Perempuan	48
<b>Jumlah</b>		<b>55 orang</b>

*Sumber Data: Bagian input data Puskesmas Baranti*

<sup>43</sup> Marthanya, *Pengertian Populasi dan sampel*, (Yogyakarta: Alfabeta,2017), h.215

<sup>44</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h.43

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel juga merupakan sebagian dari populasi itu, populasi itu misalnya penduduk diwilayah tertentu, jumlah pegawai pada kantor tertentu, jumlah pegawai tertentu.<sup>45</sup> Sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili sifat-sifat populasi secara keseluruhan agar dapat ditarik suatu pengelompokan.

Peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Pengambilan subjek dengan *teknik non probability sampling* tidak memberi peluang bagi semua anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive sampling* merupakan mengambil anggota populasi yang terpilih sesuai dengan ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel yang akan diteliti.

Adapun karakteristik dalam penelitian ini yaitu harus termasuk generasi Z kelahiran 2000, memiliki akun dan aktif dalam menggunakan aplikasi *TikTok* dan bertempat tinggal di Kelurahan Duampanua Kecamatan Baranti Kabupaten Sidrap. Maka dari itu dari jumlah populasi sebanyak 55 orang, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 35 orang. Hal ini dikarenakan sebagai aturan beberapa ahli riset menyarankan untuk mengambil sampel sebesar 10% dari populasi penelitian. Sampel minimal yang baik dalam suatu penelitian adalah 30 orang subjek.

Penentuan jumlah 35 orang sebagai sampel tersebut merupakan jumlah dari data yang terkumpul pada saat pengambilan data. Hal ini dikarenakan dalam pengambilan data terdapat 7 orang tidak memiliki akun *TikTok*, 6 orang merantau keluar kota, 4 orang sedang kuliah di luar kota dan 3 orang sudah berpindah domisili dikarenakan sudah ikut dengan suaminya. Berikut penjelasannya:

---

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2018, h.36-42

## 1. Deskriptif Data Responden Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 35 responden dilaksanakan pada bulan September untuk pengambilan data yang diperlukan dalam penelitian. Peneliti mengambil 35 responden yang merupakan generasi Z kelahiran 2000 yang ada di Kelurahan Duampanua Kecamatan Baranti Kabupaten Sidrap. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diketahui karakteristik responden sebagai berikut:

### a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Mengenai responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	2	5.7	5.7	5.7
	Perempuan	33	94.3	94.3	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan tabel 4.1, dilihat bahwa terdapat 35 responden. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 2 orang atau sebesar 5,7%, sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 33 orang atau 94,3%. Sehingga hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini didominasi oleh perempuan.

### b. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Mengenai responden berdasarkan Pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	28	80.0	80.0	80.0
	DIPLOMA	4	11.4	11.4	91.4

	S1	3	8.6	8.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan tabel 3.3 dapat dilihat bahwa pendidikan yang paling banyak yaitu SMA dengan 28 orang atau sebesar 80,0% dan yang paling sedikit yaitu S1 dengan 3 orang atau sebesar 8,6%.

c. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Mengenai responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 3.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IRT	9	25.7	25.7	25.7
	MAHASISWA	9	25.7	25.7	51.4
	LAINNYA	17	48.6	48.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan tabel 3.4 terlihat bahwa 25,7% atau 9 responden bekerja sebagai IRT (ibu rumah tangga), 25,7% atau 9 responden bekerja sebagai mahasiswa dan 48,6% atau 17 responden bekerja sebagai lainnya.

**E. Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang berkaitan satu dengan yang lainnya, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).<sup>46</sup>

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah konten dakwah.

<sup>46</sup> Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan manual & spss*, (Jakarta: Kencana), 2017, h.10

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah akhlak.

#### **F. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel**

Operasional merupakan suatu instruksi lengkap untuk menetapkan apa yang diukur dan bagaimana cara mengukur variabel. Variabel merupakan karakteristik atau sifat dari objek maupun individu atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu.

Definisi operasional dalam variabel penelitian merupakan suatu sifat atau nilai dari objek yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>47</sup> Maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Variable Independent* atau Variabel Bebas (X) dalah konten dakwah

- a. Definisi Konseptual

Dakwah adalah sebuah usaha melalui perkataan dan perbuatan untuk mengajak orang lain kepada *da'I*, atau kepada perkataan atau perbuatan yang diinginkan *da'i*. Definisi dakwah secara istilah ini tidak jauh berbeda dari definisi secara bahasa. Secara istilah, dakwah bisa dipahami sebagai sebuah usaha mengajak orang lain melalui perkataan maupun perbuatan agar mereka mau memeluk islam, mengamalkan akidah dan syariatnya.<sup>48</sup>

Melalui aplikasi *TikTok*, dakwah bisa tersampaikan dengan baik dibandingkan dengan dakwah melalui acara-acara keislaman. Karena dalam hal ini para pemilik akun *TikTok*, berada dalam situasi tidak dipaksa. Dimana mereka membaca konten atau dakwah tersebut ketika mereka memang ingin membacanya, begitu juga sebaliknya.<sup>49</sup> maka dapat dikatakan bahwa penggunaan

---

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.61

<sup>48</sup> Taufiq Yusuf, *Fiqh Dakwah Ilahi*, (Jakarta: Al-I'tishom, 2011), h.82

<sup>49</sup> Rizki Haqiqi, *Dakwah di Media Sosial*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah: 2016), h. 20

media online sebagai media dakwah islam merupakan upaya untuk memanfaatkan perkembangan teknologi. Tujuan dakwah itu sendiri masih dalam koridor untuk menyampaikan ajaran-ajaran islam, paham-paham ahlu sunnah wah jama'ah dan sebagai alat untuk menyebarkan kebaikan bagi seluruh ummat muslim. Sehingga dapat membantu dalam pengelolaan dalam mengonsumsi video-video yang ada pada aplikasi *TikTok*.

Melihat manfaat positif dari aplikasi *TikTok*, maka sekarang sudah banyak bermunculan konten-konten dakwah islami di aplikasi *TikTok*. Banyak orang berlomba-lomba untuk menyebarkan kebaikan, serta syariat dan nilai-nilai yang ada di agama islam. Hingga akhirnya terbentuklah komunitas-komunitas online yang bergabung dalam berbagai akun dakwah yang ada di media sosial. Komunitas online adalah sekelompok orang yang di dunia maya yang memiliki sifat yang sama. Dengan adanya komunitas online dalam media sosial sangat mempengaruhi tingkat intensitas seseorang dalam mengakses media sosialnya. Intensitas adalah suatu kekuatan yang berasal dari seseorang yang hebat, penuh dengan semangat yang berkoar-koar dan berhubungan dengan perasaan yang bersifat emosional. Intensitas diartikan sebagai seberapa lama seseorang menggunakan waktunya untuk tujuan tertentu.

Menurut pendapat para ahli dakwah melalui media sosial terutama pada aplikasi *TikTok* sangat efisien untuk saat ini, dikarenakan aplikasi *TikTok* pada masa kini sangat banyak digunakan dan dapat dengan mudah diakses. Dengan adanya komunitas online yang terbentuk antara pengguna media sosial dapat memengaruhi intensitas seseorang untuk mengakses media sosial. Karena dapat dengan mudah mendapatkan informasi sesuai dengan komunitas yang diikuti. Dengan adanya konten dakwah media sosial masyarakat akan lebih mudah untuk mendapatkan pembelajaran tentang agama islam serta dapat memanaj dirinya dalam memanfaatkan media sosialnya.

b. Definisi Operasional

Dakwah islam pada media sosial adalah dakwah yang disampaikan melalui salah satu aplikasi yaitu aplikasi *TikTok* yang mengandung konten-konten dakwah islami kemudian diklasifikasikan dengan cara mengambil serta memilih jenis konten dakwah yang ada pada aplikasi *TikTok* kemudian menentukan inti-inti dari jenis konten dakwah yang ingin diambil dalam aplikasi *TikTok* menggunakan landasan dakwah media sosial yang telah dijelaskan sebelumnya. Sehingga dihasilkan jenis konten dakwah yaitu konten dakwah motivasi, konten dakwah inspirasi, konten dakwah hijrah, konten dakwah nasihat dan konten dakwah doa-doa yang dapat mempengaruhi pembentukan akhlak dalam mengakses konten dakwah di media sosial. Frekuensi yang dilihat adalah dari banyaknya generasi Z yang mengakses konten dakwah pada aplikasi *TikTok*.

2. *Variable Dependent* atau Variabel Terikat (Y) adalah akhlak

a. Definisi Konseptual

Menurut Ibnu Miskawaih, akhlak adalah suatu keadaan jiwa seseorang yang mendorong untuk melakukan aktifitas tanpa dipikirkan dan direnungkan terlebih dahulu. Keadaan ini bisa berarti tabiat dan bisa pula hasil dari kebiasaan. Jika itu tabiat maka tidak ada kemungkinan untuk berubah, akan tetapi jika itu kebiasaan maka ada kemungkinan untuk berubah. Baginya akhlak dapat selalu berubah dengan kebiasaan dan latihan serta pelajaran yang baik.<sup>50</sup>

Ahmad Amin membuat definisi, bahwa yang disebut akhlak ialah kebiasaan kehendak. Maksudnya kehendak itu bila membiasakan sesuatu maka kebiasaannya disebut akhlak. Artinya akhlak adalah menangnya keinginan dari beberapa keinginan manusia dengan langsung berturut-turut. Dengan keterangan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa orang yang baik ialah orang yang menguasai keinginan baik dengan langsung berturut-turut

---

<sup>50</sup> Amin Syukur, *Studi Akhlak*, (Semarang: Walisongo Press,2010), h.41

dan sebaliknya orang jahat atau durhaka. Adapun orang yang tidak dikuasai oleh keinginan yang tertentu dengan terus-menerus, maka ia tidak berbudi.<sup>51</sup>

Dari definisi di atas, maka dapat dikatakan bahwa akhlak melingkupi sifat atau keadaan baik atau buruk yang tertanam dalam jiwa yang dapat mendorong untuk melakukan perbuatan tanpa berfikir karena adanya suatu kebiasaan yang terus menerus dan berulang-ulang.

Muhammad Abdullah Darraz mendefinisikan akhlak sebagai suatu kekuatan dari dalam diri yang berkombinasikan antara kecenderungan pada sisi yang baik (akhlak al-karimah) dan sisi buruk (akhlak al-madzmumah). Maka, secara garis besar dikenal dua jenis akhlak yaitu akhlak terpuji (*aklaqul mahmudah*) dan akhlak tercela (*akhlaqul madzmumah*).

Pertama, *Akhlaqul Mahmudah* (akhlak terpuji) “mahmudah” merupakan bentuk maf’ul dari kata *kamida* yang berarti “dipuji”. Akhlak terpuji disebut pula dengan *Akhlaqul Karimah* atau akhlak mulia, atau *makarim al-akhlaq* (akhlak mulia).<sup>52</sup>

Kedua, *Akhlaqul Madzmumah* (akhlak tercela) adalah akhlak yang tidak baik dan tidak benar menurut agama Islam. *Akhlaqul Madzmumah* ialah suatu perbuatan yang tercermin dari tutur kata, tingkah laku dan sikap yang tidak baik.<sup>53</sup>

Maka dapat disimpulkan bahwa akhlak adalah sifat atau keadaan baik atau buruk yang tertanam dalam jiwa yang dapat mendorong untuk melakukan perbuatan tanpa berfikir karena adanya suatu kebiasaan yang terus menerus dan berulang-ulang. Akhlak seseorang dapat dikategorikan menjadi dua yaitu, akhlak karimah dan akhlak tercela.

---

<sup>51</sup> Ahmad Amin, *Al-Akhlak*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), h. 62

<sup>52</sup> Rosidi, *Pengantar Akhlak Tasawuf*, (Semarang: Karya Abadi Jaya), h.5

<sup>53</sup> Al-Ghazali, *Mutiara Ihya’ Ulumuddin*, (Bandung: Mizan, 2008), h.412

## b. Definisi Operasional

Akhlak seseorang adalah sikap keseharian seseorang dalam berperilaku, yaitu sikap baik yang berupa sabar, bersyukur, ikhlas, memelihara Amanah, bersifat malu dan menepati janji dan sikap buruk yang berupa marah, sombong, riya dan tamak. Sikap inilah yang dapat mencerminkan akhlak baik dan akhlak buruknya seseorang yang sudah dijelaskan pada teori sebelumnya.

## G. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan bagian dari alat pengumpulan data, peneliti perlu menyajikan informasi detail mengenai instrument-instrument yang akan digunakan dalam penelitian yang diajukan.<sup>54</sup> Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.<sup>55</sup> Dalam penelitian ini, instrument penelitian yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan *Skala Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata. Oleh karena itu, jawaban setiap item dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.5 Skala Likert Variabel X (Konten Dakwah)**

Skala	Skor
Selalu	5
Sering	4
Kadang-kadang	3
Hampir tidak pernah	2
Tidak pernah	1

<sup>54</sup> Suryani Hendrayani, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Prenada Group, 2015), h.171

<sup>55</sup> Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.46

**Tabel 3.6 Skala Likert Variabel Y (Akhlak)**

Skala Akhlak Baik	Skor	Skala Akhlak Buruk	Skor
Selalu	5	Selalu	1
Sering	4	Sering	2
Kadang-kadang	3	Kadang-kadang	3
Hampir tidak pernah	2	Hampir tidak pernah	4
Tidak pernah	1	Tidak pernah	5

**Tabel 3.7 Blue Print Skala Variabel X**

KONTEN DAKWAH	ITEM		JUMLAH
	Fav	Unfav	
Motivasi	1,2,3		3
Inspirasi	4,5,6		3
Hijrah	7,8,9		3
Nasihat	10,11,12		3
Doa-doa	13,14,15		3
TOTAL			15

**Tabel 3.3 Blue Print Skala Variabel Y**

AKHLAK	ITEM		JUMLAH
	Fav	Unfav	
Baik	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10		10
Buruk		11,12,13,14,15,16,17,18	8
TOTAL			18

#### H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah terlibat langsung di lapangan (*field research*) agar memperoleh data-data yang akurat dan kredibel yang terkait dengan objek penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian adalah sebagai berikut:

## 1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati langsung objek yang ingin diteliti untuk memperoleh data penelitian dengan cara terjun langsung ke lokasi penelitian yang melibatkan seluruh pancaindra. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan pada aplikasi *TikTok* bagi generasi Z yang menggunakan aplikasi *TikTok*.

## 2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan daftar pernyataan yang relevan dengan tujuan yang akan dan ingin dicapai dalam penelitian, sebagai alat untuk mengumpulkan data. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka.

### I. Teknik Pengolahan Data

Terdapat empat tahapan dalam proses teknik pengolahan data penelitian, yaitu:<sup>56</sup>

#### 1. Meyiapkan Data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kuantitatif, pengolahan data secara umum dilaksanakan dengan melalui tahap memeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*coding*) dan proses pembeberan (*tabulating*)

#### 2. Editing

*Editing* ialah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data di lapangan. Proses *editing* dimulai dengan memberi identitas pada instrument penelitian yang telah terjawab. Kemudian memeriksa satu per satu lembaran instrument pengumpulan data, kemudian memeriksa poin-poin serta jawaban yang tersedia.

---

<sup>56</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada, Media Grup), 2008, h. 164-168

### 3. Pengkodean

Setelah tahap *editing* selesai dilakukan, kegiatan berikutnya adalah mengklasifikasi data-data tersebut melalui tahapan *coding*. Maksudnya bahwa data yang telah diedit diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis.

### 4. Tabulasi (Pembeberan)

Tabulasi merupakan bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud dari tabulasi ialah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya. Ada dua jenis tabel yang bisa dipakai dalam penelitian, yaitu *tabel data* dan *tabel kerja*. Tabel data adalah tabel yang dipakai untuk mendeskripsikan data sehingga memudahkan peneliti untuk memahami struktur dari sebuah data.

## J. Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis data, semua data yang sudah terkumpul selanjutnya data dapat diolah dan dianalisis melalui statistik sehingga menjadi sebuah data yang mudah dimengerti dan diinterpretasikan. Tujuan dilakukan analisis data yaitu data yang dikumpulkan dapat disederhanakan dan dapat merumuskan suatu masalah yang ada. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *Software IBM SPSS versi 29*. Adapun tahap pengujiannya sebagai berikut:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal dapat digunakan uji statistic parametrik. Sedangkan data yang tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji nonparametrik. Peneliti menggunakan *SPSS versi 29* dalam menguji data yang ada dengan perhitungan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* dengan dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika hasil uji memiliki nilai probabilitas  $> 0,05$  maka data dinyatakan berdistribusi normal.
- b. Jika hasil uji memiliki nilai probabilitas  $< 0,05$  maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

## 2. Regresi Linear Sederhana

Regresi linear merupakan salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan di masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (X) terhadap suatu variabel tak bebas (Y). Dalam penelitian ini, regresi linear yang digunakan adalah regresi linear sederhana dimana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (X) dan satu variabel tak bebas (Y). Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (Y) yang dipengaruhi oleh variabel (X).<sup>57</sup>

Rumus Regresi Linear Sederhana

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y : Variabel Terikat

X : Variabel Bebas

a dan b : Konstanta

Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini mengacu pada dua hal, yakni:<sup>58</sup>

- a. Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05.
  - Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
  - Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

<sup>57</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.284

<sup>58</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.285-286

b. Membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel

- Jika nilai t-hitung  $>$  t-tabel, artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- Jika nilai t-hitung  $<$  t-tabel, artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

**3. Koefisien Korelasi**

Koefisien korelasi merupakan bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dapat juga menentukan arah dari dua variabel. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Person Product Moment* dengan rumus *korelasi Product Moment* dengan ketentuan nilai korelasi  $(r) = (-1 \leq 0 \leq 1)$ .

Korelasi person product moment adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data berbentuk interval dan rasio.<sup>59</sup> Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada di antara -1 dan 1, sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-).<sup>60</sup>

**Tabel 3.9 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan**

NO	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 0,100	Sangat Kuat

<sup>59</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.252

<sup>60</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.251

#### 4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) merupakan angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat).<sup>61</sup>

Rumus Koefisien Determinasi:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

$r^2$  : Kuadrat Koefisien Determinasi

#### 5. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dikenal dengan uji anova atau uji simultan. Uji F digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel independent (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). atau untuk menguji apakah model regresi yang dibuat baik atau signifikan dan tidak baik atau non signifikan. Adapun rumus dan pengambilan keputusan pada uji F ini adalah:

$$F_{hitung} = \frac{R^2}{(1 - R^2)(N - K - 1)}$$

Keterangan:

R : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel independent

n : Jumlah anggota sampel

<sup>61</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.252

Adapun pada penelitian ini nilai F-hitung akan dibandingkan dengan F-tabel pada signifikansi = 5% dan derajat bebas (df) = n-1-k. Kriteria pengambilan keputusan pada uji F ini adalah:

1. Jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan begitupun sebaliknya jika nilai  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$  maka  $H_0$  diterima.
2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Data Penelitian Variabel X (Konten Dakwah)

Pada deskripsi ini akan menggambarkan data respon dari 35 responden generasi Z dengan kelahiran 2000 di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap tentang konten dakwah apa yang disukai pada aplikasi *TikTok*. Data yang akan disajikan oleh peneliti berbentuk tabel dan membaginya kedalam beberapa jenis konten dakwah yang telah ditetapkan, diantaranya adalah konten dakwah motivasi, konten dakwah inspirasi, konten dakwah nasihat, konten dakwah hijrah dan konten dakwah doa-doa.

Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian maka dilakukan analisis jawaban yang diberikan responden berkaitan dengan pernyataan tersebut. Pernyataan terdiri atas 15 item, untuk mengetahui lebih jelas mengenai pernyataan berasal dari konten dakwah motivasi, konten dakwah inspirasi, konten dakwah nasihat, konten dakwah hijrah, konten dakwah yang berisi doa-doa masing-masing dibagi menjadi 3 indikator pernyataan.

Dari analisis tersebut diketahui berapa banyak responden yang memilih alternatif jawaban tertentu dan memperoleh nilai rata-rata tertinggi sampai terendah. Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel peneliti digunakan metode rata-rata skor dan rata-rata persentase beserta kategorinya. Alat ukur tanggapan responden terhadap variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Nilai Tanggapan Deskripsi

- a). 81% - 100% (Sangat Tinggi)
- b). 61% - 80% (Tinggi)
- c). 41% - 60% (Cukup)
- d). 21% - 40% (Rendah)

e). 0% - 20% (Sangat Rendah)

**Tabel 4.1 Respon Terhadap Konten Dakwah Motivasi**

SL	SR	KK	HTP	TP	JML	Skor	Rata-Rata Skor	Rata-rata Persentase	Kategori
17	18	0	0	0	35	157	4,48	89,6%	Sangat Tinggi
9	26	0	0	0	35	149	4,25	85%	Sangat Tinggi
10	23	2	0	0	35	148	4,22	84,4%	Sangat Tinggi
<b>Rata-rata Konten Dakwah Motivasi</b>							<b>259/3</b>	<b>86,33%</b>	<b>Sangat Tinggi</b>

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan data dari tabel 4.1 mengenai konten dakwah inspirasi dapat dilihat bahwa terdapat pernyataan yang memiliki skor tertinggi sebesar 157 mengenai “*saya termotivasi untuk sukses dalam menghadapi segala cobaan dan tantangan kehidupan setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang motivasi islami pada aplikasi TikTok*” dimana sebanyak 17 responden menjawab selalu, 18 sering, 0 kadang-kadang, 0 hampir tidak pernah dan 0 tidak pernah. Maka, berdasarkan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa konten dakwah yang berisi tentang motivasi sukses memiliki rata-rata skor sebanyak 4,48% dengan rata-rata persentase 89,6% dengan kategori sangat tinggi.

Berdasarkan rekapitulasi hasil persentase dari 3 indikator pembagian konten dakwah motivasi, maka hasil persentase yang diperoleh sebesar 86,33% maka tergolong dalam kategori sangat tinggi.

**Tabel 4.2 Respon Terhadap Konten Dakwah Inspirasi**

SL	SR	KK	HTP	TP	JML	Skor	Rata-Rata Skor	Rata-rata Persentase	Kategori
9	14	11	1	0	35	136	3,88	77,6%	Tinggi
17	17	1	0	0	35	156	4,45	89%	Sangat Tinggi
10	19	5	1	0	35	143	4,08	81,6%	Sangat Tinggi
<b>Rata-rata Konten Dakwah Inspirasi</b>							<b>248,2/3</b>	<b>82,73%</b>	<b>Sangat Tinggi</b>

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa terdapat pernyataan yang memiliki skor tertinggi sebesar 156 mengenai "Saya terinspirasi untuk bersemangat agar kehidupan saya menjadi lebih baik dan pantang menyerah setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang inspirasi pada aplikasi TikTok" dimana sebanyak 17 responden menjawab selalu, 17 sering, 1 kadang-kadang, nol hampir tidak pernah dan nol tidak pernah. Maka, berdasarkan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa konten dakwah yang berisi tentang inspirasi semangat kehidupan memiliki rata-rata skor sebanyak 4,45% dengan rata-rata persentase 89% dengan kategori sangat tinggi.

Berdasarkan rekapitulasi hasil persentase dari 3 indikator pembagian konten dakwah inspirasi, maka hasil persentase yang diperoleh sebesar 82,73% maka tergolong dalam kategori sangat tinggi.

**Tabel 4.3 Respon Terhadap Konten Dakwah Nasihat**

SL	SR	KK	HTP	TP	JML	Skor	Rata-Rata Skor	Rata-rata Persentase	Kategori
1	18	16	0	0	35	125	3,57	71,4%	Tinggi
8	21	6	0	0	35	142	4,05	81%	Sangat

									Tinggi
5	24	6	0	0	35	139	3,97	79,4%	Tinggi
<b>Rata-rata Konten Dakwah Nasihat</b>							<b>231,8/3</b>	<b>77,26%</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan data dari tabel 4.3 mengenai konten dakwah nasihat dapat dilihat bahwa terdapat pernyataan yang memiliki skor tertinggi sebesar 142 mengenai *"Saya tersadar ketika mendapati konten dakwah yang berisi tentang nasihat agar menjaga hubungan silaturahmi sesama teman setelah mengakses konten dakwah pada aplikasi TikTok"* dimana sebanyak 21 responden menjawab selalu, 6 sering, nol kadang-kadang, nol hampir tidak pernah dan nol tidak pernah. Maka, berdasarkan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa konten dakwah yang berisi tentang nasihat islami memiliki rata-rata skor sebanyak 4,45% dengan rata-rata persentase 89% dengan kategori sangat tinggi.

Berdasarkan rekapitulasi hasil persentase dari 3 indikator pembagian konten dakwah nasihat, maka hasil persentase yang diperoleh sebesar 77,26% maka tergolong dalam kategori tinggi.

**Tabel 4.4 Respon Terhadap Konten Dakwah Hijrah**

SL	SR	KK	HTP	TP	JML	Skor	Rata-Rata Skor	Rata-rata Persentase	Kategori
2	28	5	0	0	35	137	3,91	78,2%	Tinggi
6	26	3	0	0	35	143	4,08	81,6%	Sangat Tinggi
3	4	18	10	0	35	105	3,00	60%	Cukup
<b>Rata-rata Konten Dakwah Hijrah</b>							<b>219,8/3</b>	<b>73,26%</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan dari tabel 4.4 mengenai konten dakwah hijrah dapat dilihat bahwa terdapat pernyataan yang memiliki skor tertinggi sebesar 143 mengenai *"Saya memperbaiki cara bergaul saya dengan memilih teman dan sahabat yang bisa membantu untuk selalu dekat dengan Allah untuk saling mengingatkan"*

setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang hijrah pada aplikasi TikTok” dimana sebanyak 6 responden menjawab selalu, 26 sering, 3 kadang-kadang, nol hampir tidak pernah dan nol tidak pernah. Maka, berdasarkan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa konten dakwah yang berisi tentang hijrah memiliki rata-rata skor sebanyak 4,08% dengan rata-rata persentase 81,6% dengan kategori sangat tinggi.

Berdasarkan rekapitulasi hasil persentase dari 3 indikator pembagian konten dakwah hijrah, maka hasil persentase yang diperoleh sebesar 73,26% maka tergolong dalam kategori tinggi.

**Tabel 4.5 Respon Terhadap Konten Dakwah Doa-doa**

SL	SR	KK	HTP	TP	JML	Skor	Rata-Rata Skor	Rata-rata Persentase	Kategori
1	11	23	0	0	35	118	3,37	67,4%	Tinggi
2	11	22	0	0	35	120	3,42	68,4%	Tinggi
6	21	8	10	0	35	138	3,94	78,8%	Tinggi
<b>Rata-rata Konten Dakwah Doa-doa</b>							<b>214,6/3</b>	<b>71,53%</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan tabel 4.5 mengenai konten dakwah doa-doa dapat dilihat bahwa terdapat pernyataan yang memiliki skor tertinggi sebesar 138 mengenai “*Saya membaca doa-doa untuk memudahkan segala urusan setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang doa-doa pada aplikasi TikTok*” dimana sebanyak 6 responden menjawab selalu, 21 sering, 8 kadang-kadang, 10 nol hampir tidak pernah dan nol tidak pernah. Maka, berdasarkan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa konten dakwah yang berisi tentang doa-doa memiliki rata-rata skor sebanyak 3,94% dengan rata-rata persentase 78,8% dengan kategori tinggi.

Berdasarkan rekapitulasi hasil persentase dari 3 indikator pembagian konten dakwah doa-doa, maka hasil persentase yang diperoleh sebesar 71,53% maka tergolong dalam kategori tinggi.

**Tabel 4.6 Rekapitulasi Responden Variabel X**

NO	Jenis Konten Dakwah	Persentase
1	Motivasi	86,33%
2	Inspirasi	82,73%
3	Nasihat	77,26%
4	Hijrah	73,26%
5	Doa-doa	71,53%

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan pada tabel 4.6 deskripsi jumlah skor variabel variabel x, konten dakwah motivasi memiliki persentase tinggi dengan total persentase sebanyak 86,33%, dimana hal ini menunjukkan bahwa banyak responden yang menyukai konten dakwah yang berisi tentang dakwah motivasi dibandingkan konten dakwah yang berisi tentang inspirasi, hijrah, sholawat dan doa-doa.

## **2. Deskripsi Data Penelitian Variabel Y (Akhlak)**

Pada deskripsi ini akan menggambarkan data dari 35 responden generasi Z dengan kelahiran 2000 di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap tentang bagaimana pengaruh konten dakwah pada aplikasi *TikTok* terhadap pembentukan akhlak generasi Z. Dalam penentuan akhlak dapat dibagi menjadi 2 yaitu akhlak baik (akhlak karimah) dan akhlak buruk (akhlak tercela). Akhlak baik berupa sabar, syukur, ikhlas, bersifat malu, menepati janji dan akhlak buruk berupa marah, sombong, riya dan tamak. Sikap inilah yang dapat mencerminkan akhlak baik dan akhlak buruk seseorang yang sudah dijelaskan pada teori sebelumnya.

Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian maka dilakukan analisis jawaban yang diberikan responden berkaitan dengan pernyataan tersebut. Pernyataan terdiri atas 15 item, untuk mengetahui lebih jelas mengenai pernyataan berasal dari konten dakwah motivasi, konten dakwah

inspirasi, konten dakwah nasihat, konten dakwah hijrah, konten dakwah yang berisi doa-doa masing-masing dibagi menjadi 3 indikator pernyataan.

Dari analisis tersebut diketahui berapa banyak responden yang memilih alternatif jawaban tertentu dan memperoleh nilai rata-rata tertinggi sampai terendah. Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel peneliti digunakan metode rata-rata skor dan rata-rata persentase beserta kategorinya. Alat ukur tanggapan responden terhadap variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Nilai Tanggapan Deskripsi

- a). 81% - 100% (Sangat Baik)
- b). 61% - 80% (Baik)
- c). 41% - 60% (Cukup)
- d). 21% - 40% (Sangat Buruk)
- e). 0% - 20% (Buruk)

**Tabel 4.7 Respon Terhadap Akhlak Baik**

SL	SR	KK	HTP	TP	JML	Skor	Rata-Rata Skor	Rata-rata Persentase	Kategori
1	18	16	0	0	35	125	3,57	71,4%	Baik
8	21	6	0	0	35	142	4,05	81%	Sangat Baik
5	24	6	0	0	35	139	3,97	79,4%	Baik
1	11	23	0	0	35	118	3,37	67,4%	Baik
2	11	22	0	0	35	120	3,42	68,4%	Baik
6	21	8	0	0	35	138	3,94	78,8%	Baik
2	28	5	0	0	35	137	3,91	78,2%	Baik
6	26	3	0	0	35	143	4,08	81,6%	Sangat Baik
3	4	18	10	0	35	105	3,00	60%	Cukup
9	14	11	1	0	35	136	3,88	77,6%	Baik
<b>Rata-rata Akhlak Baik</b>							<b>743,8/10</b>	<b>74,38%</b>	<b>Baik</b>

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa terdapat pernyataan yang memiliki skor tertinggi sebesar 143 mengenai “*Saya malu Ketika melakukan hal-hal maksiat di depan banyak orang*” dimana sebanyak 6 responden memilih sering, 26 selalu, 3 ragu-ragu, nol tidak setuju dan nol sangat tidak setuju.

Berdasarkan rekapitulasi hasil persentase dari 10 indikator pembagian akhlak baik, maka hasil rata-rata skor sebesar 743,8 dan hasil rata-rata persentase yang diperoleh sebesar 74,38% maka tergolong dalam kategori baik.

**Tabel 4.8 Respon Terhadap Akhlak Buruk**

SL	SR	KK	HTP	TP	JML	Skor	Rata-Rata Skor	Rata-rata Persentase	Kategori
0	0	1	17	17	35	156	4,45	89%	Sangat Baik
0	1	5	19	10	35	143	4,08	81,6%	Sangat Baik
0	0	8	17	10	35	142	4,05	81%	Sangat Baik
0	0	0	26	9	35	149	4,25	85%	Sangat Baik
0	0	2	23	10	35	148	4,22	84,4%	Sangat Baik
0	0	5	28	2	35	137	3,91	78,2%	Baik
0	0	3	26	6	35	143	4,08	81,6%	Sangat Baik
0	10	18	4	3	35	105	3,00	60%	Cukup
<b>Rata-rata Akhlak Buruk</b>							<b>640,8/8</b>	<b>80,1%</b>	<b>Baik</b>

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa terdapat pernyataan yang memiliki skor tertinggi sebesar 156 mengenai “*Saya marah ketika hal yang saya rencanakan tidak sesuai dengan apa yang terjadi*” dimana sebanyak nol

responden memilih sering, nol selalu, 1 kadang-kadang, 17 hampir tidak pernah dan 17 tidak pernah.

Berdasarkan rekapitulasi hasil persentase dari 8 indikator pembagian akhlak buruk, maka hasil rata-rata skor sebesar 640,8 dan hasil rata-rata persentase yang diperoleh sebesar 80,1% maka tergolong dalam kategori baik.

Berdasarkan jumlah total skor/jawaban responden atas indikator-indikator akhlak maka selanjutnya dilakukan akumulasi skor jawaban responden sebagai berikut dengan menggunakan alat ukur tanggapan responden terhadap penelitian adalah sebagai berikut:

Nilai Tanggapan Deskripsi

- a). 81% - 100% (Sangat Baik)
- b). 61% - 80% (Baik)
- c). 41% - 60% (Cukup)
- d). 21% - 40% (Sangat Buruk)
- e). 0% - 20% (Buruk)

**Tabel 4.9 Rekapitulasi Responden Variabel Y**

<b>AKHLAK</b>	<b>JUMLAH SKOR</b>
Akhlak Baik	743,8
Akhlak Buruk	640,8
<b>Rata-rata Skor</b>	<b>1.384,6/18</b>
<b>Rata-rata Persentase</b>	<b>76,92%</b>

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa rekapitulasi rata-rata skor dari variabel Y (akhlak) masuk kedalam kriteria baik. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata persentase 76,92% yang berada pada interval 61% - 80% yang berarti masuk dalam kategori baik.

### 3. Analisis Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi TikTok Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z Di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Berikut dapat dilihat hasil uji normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*:

**Tabel 4.10 Output Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.23310800
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.131
	Negative	-.094
Test Statistic		.131
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.134
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.		

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,134 dengan nilai  $\alpha$  0,05. Dimana  $Sig > \alpha$ , maka hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian yang tertera di atas berdistribusi normal, dengan perolehan  $0,134 > 0,05$ .

### b. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana diperlukan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan tujuan untuk memprediksi besaran nilai variabel terikat yang dipengaruhi variabel bebas. Dapat dilihat hasil pengujian regresi linear sederhana, sebagai berikut:

**Tabel 4.11 Output Uji Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.596	7.205		4.108	.001
	Konten Dakwah	.777	.119	.751	6.530	.001

a. Dependent Variable: Akhlak

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan tabel output di atas, dapat diketahui bahwa nilai constant (a) sebesar 29,596 dan nilai variabel x mengakses (koefisien regresi) sebesar 0,777. Sehingga muncul persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b.X$$

$$Y = 29,596 + 0,777. X$$

Dari data diatas dapat diartikan bahwa: Konstanta sebesar 29,596 memiliki arti bahwa variabel konten dakwah sebesar 29,596 dan Koefisien regresi X sebesar 0,777 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai intensitas, maka nilai akhlak bertambah sebesar 0,777. Koefisien regresi tersebut bersifat positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Adapun pengambilan dasar keputusannya, sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan pada tabel 4.20. Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel konten dakwah (X) berpengaruh terhadap pembentukan akhlak generasi Z.
- 2) Berdasarkan nilai t, jika nilai T-Hitung > T-Tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Terlihat dari tabel 4.20 diperoleh T-Hitung = 6,530. Sedangkan

T-Tabel sebesar 0,334 (berdasarkan T-Tabel), maka  $6,530 > 0,334$  yang artinya variabel konten dakwah (X) berpengaruh terhadap variabel akhlak (Y).

### c. Uji Korelasi

Uji korelasi bertujuan untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) yaitu konten dakwah dan variabel terikat (Y) yaitu akhlak. Adapun hasil uji korelasi, sebagai berikut:

**Tabel 4.12 Output Uji Korelasi**

Correlations			
		KONTEN DAKWAH	AKHLAK
Konten Dakwah	Pearson Correlation	1	.751**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	35	35
Akhlak	Pearson Correlation	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	35	35
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan antara konten dakwah (X) terhadap pembentukan akhlak (Y) adalah  $0,001 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima menyatakan adanya pengaruh diantara keduanya. Nilai korelasi *product moment* menunjukkan hasil 0,751 yang berarti bernilai positif dan tingkat hubungannya kuat, karena mendapat nilai berkisar 0,61- 0,799.

### d. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan peneliti bertujuan untuk mencari seberapa besar pengaruh antara variabel (X) konten dakwah dengan variabel (Y) akhlak. Berikut ini hasil uji koefisien determinasi dengan IBM SPSS 29.

**Tabel 4.13 Output Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751 <sup>a</sup>	.564	.550	4.297
a. Predictors: (Constant), Konten Dakwah				

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Dari tabel di atas, koefisien determinasi (R square) sebesar 0,564 yang artinya bahwa pengaruh konten dakwah terhadap variabel akhlak adalah sebesar 56,4%. Hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya kontribusi dari konten dakwah dan pembentukan akhlak sebesar 56,4% sedangkan sisanya merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

e. **Uji F**

**Tabel 4.14 Output Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	787.147	1	787.147	42.636	.001 <sup>b</sup>
	Residual	609.253	33	18.462		
	Total	1396.400	34			
a. Dependent Variable: Akhlak						
b. Predictors: (Constant), Konten Dakwah						

Sumber Data: Hasil Olah Data menggunakan SPSS versi 29

Dilihat dari output di atas, dapat diketahui bahwa nilai F-hitung sebesar 42,636 pengambilan keputusan jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka  $42,636 > 0,334$  dapat diartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel akhlak atau dengan arti lain ada pengaruh konten dakwah (X) terhadap pembentukan akhlak (Y).

## B. Pembahasan

### 1. Konten dakwah yang disukai generasi Z pada aplikasi TikTok di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap

#### a. Dakwah Motivasi

Berdasarkan penelitian yang didapatkan dari konten dakwah motivasi yang memiliki persentase 86,33%. Hal tersebut menunjukkan bahwa unggahan konten dakwah yang berisi tentang motivasi lebih dominan yang menyukainya karena membahas tentang konten-konten yang dapat mendorong diri seseorang dalam usahanya untuk melakukan hal-hal yang baik terutama dalam pembentukan akhlak.

#### b. Dakwah Inspirasi

Berdasarkan penelitian yang didapatkan dari konten dakwah inspirasi yang memiliki persentase 82,73%. Hal tersebut menunjukkan bahwa unggahan konten dakwah yang berisi tentang inspirasi banyak yang menyukainya karena merupakan hal yang berkaitan dengan motivasi yang membuat seseorang merasakan energi positif sehingga memberikan dorongan untuk selalu berfikir kreatif.

#### c. Dakwah Nasihat

Berdasarkan penelitian yang didapatkan dari konten dakwah nasihat yang memiliki persentase 77,26%. Hal tersebut menunjukkan bahwa unggahan konten dakwah yang berisi tentang hijrah juga banyak yang menyukainya karena skor yang dipeoleh tidak beda jauh dengan konten dakwah inspirasi. Karena dalam konten dakwah nasihat dapat mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari keburukan sehingga dapat mempengaruhi pembentukan akhlak seseorang.

Karena dalam hijrah ini dapat memberikan dorongan bagi seseorang untuk terus menerus memperbaiki diri, memperbaiki cara berfikir dan memperbaiki cara berucap serta bersikap sehingga dapat mempengaruhi dalam pembentukan akhlak seseorang.

d. Dakwah Hijrah

Berdasarkan penelitian yang didapatkan dari konten dakwah hijrah yang memiliki persentase 73,26%. Hal tersebut menunjukkan bahwa unggahan konten dakwah yang berisi tentang hijrah juga banyak yang menyukainya. Karena dalam hijrah ini dapat memberikan dorongan bagi seseorang untuk terus menerus memperbaiki diri, memperbaiki cara berfikir dan memperbaiki cara berucap serta bersikap seseorang.

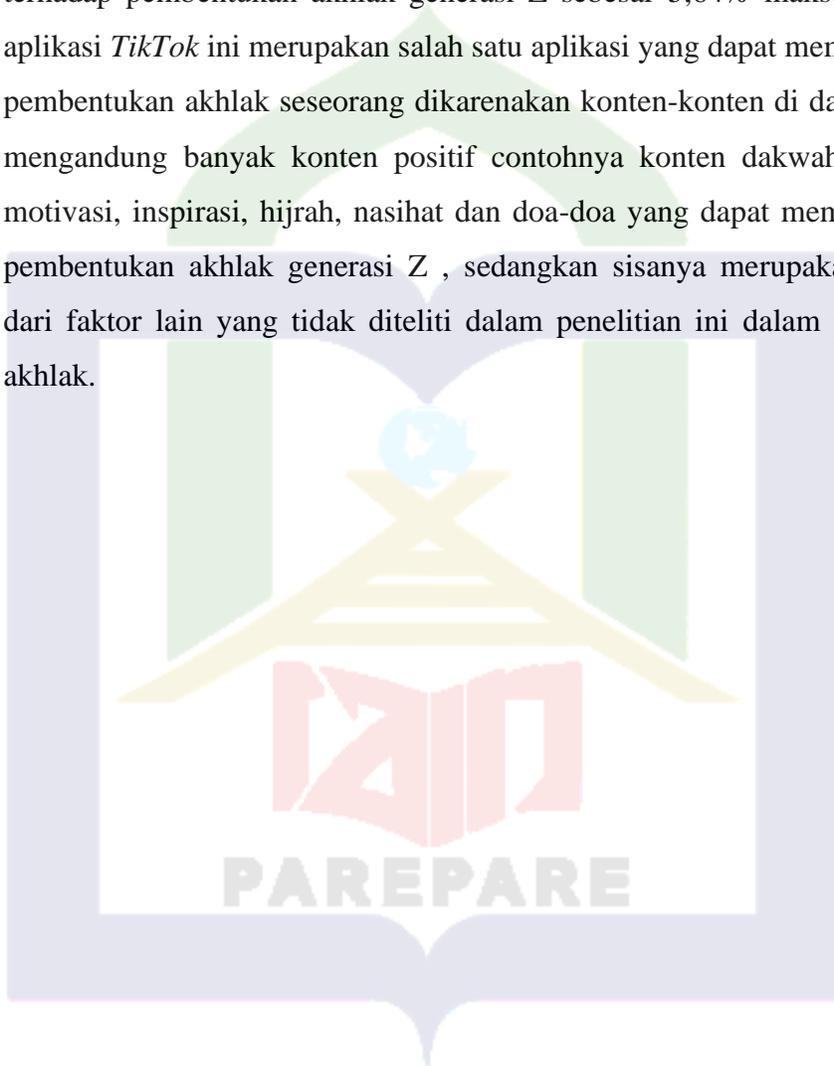
e. Doa-doa

Berdasarkan penelitian yang didapatkan dari konten dakwah doa-doa yang memiliki persentase 71,53%. Hal tersebut menunjukkan bahwa unggahan konten dakwah yang berisi tentang doa-doa juga banyak yang menyukainya. Karena dalam konten dakwah doa-doa merupakan permohonan kepada Allah yang disertai kerendahan hati untuk mendapatkan suatu kebaikan dan kemaslahatan sehingga dapat berguna untuk pembentukan akhlak.

**2. Pengaruh konten dakwah aplikasi TikTok terhadap pembentukan akhlak generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan melalui uji koefisien korelasi terdapat pengaruh antara konten dakwah aplikasi *TikTok* terhadap pembentukan akhlak generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi sebesar 0,751 dengan sig. 0.01 menyatakan bahwa bernilai positif serta memiliki tingkat kekuatan yang kuat. Kemudian pada analisis uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel, yaitu  $6,530 > 0,334$ . Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka konten dakwah aplikasi *TikTok* ( $X$ ) berpengaruh terhadap pembentukan akhlak generasi Z ( $Y$ ). Besar pengaruh yang didapat dalam konten dakwah aplikasi *TikTok* terhadap pembentukan akhlak generasi Z dapat dilihat dari uji koefisien determinasi, dimana  $R$  Square memiliki nilai sebesar 0,564 (5,64%). Pengaruh yang dimaksud adalah

dalam akhlak baik semakin bertambahnya rasa sabar, syukur, ikhlas, mempunyai rasa malu dan menepati janji, Adapun dalam akhlak buruk semakin berkurangnya rasa marah, sombong, riya dan tamak. Hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya kontribusi dari konten dakwah aplikasi *TikTok* terhadap pembentukan akhlak generasi Z sebesar 5,64% maksudnya adalah aplikasi *TikTok* ini merupakan salah satu aplikasi yang dapat membantu dalam pembentukan akhlak seseorang dikarenakan konten-konten di dalamnya telah mengandung banyak konten positif contohnya konten dakwah yang berisi motivasi, inspirasi, hijrah, nasihat dan doa-doa yang dapat membantu dalam pembentukan akhlak generasi Z , sedangkan sisanya merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dalam pembentukan akhlak.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan pada penelitian yang telah dilakukan mengenai skripsi ini, yang membahas tentang “Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi *TikTok* Terhadap Pembentukan Akhlak Generasi Z Di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap”. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka jenis konten dakwah yang disukai generasi Z adalah jenis konten dakwah yang berisi tentang motivasi dengan perolehan rata-rata persentase sebanyak 86,33% yang tingkat pengaksesannya termasuk dalam kategori sangat tinggi.
2. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan melalui uji koefisien korelasi terdapat pengaruh antara konten dakwah aplikasi *TikTok* terhadap pembentukan akhlak generasi Z di Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Da'i atau Pemilik Akun Dakwah di Aplikasi *TikTok*

Diharapkan kepada para *content creator* atau pemilik akun dakwah di media sosial terutama pada aplikasi *TikTok* agar lebih meningkatkan konten-konten dakwahnya baik dari segi kuantitas maupun kualitas melalui aplikasi *TikTok*. Agar para penonton atau *mad'u* nya semakin bersemangat melihat konten-konten yang disajikan dengan menambah sentuhan kreativitas seperti hiburan dan sebagainya yang dimaksudkan para penonton tidak jenuh tetapi tetap mendapat ilmu agama guna dalam pembentukan akhlak.

## 2. Bagi Generasi Z

Pada era saat ini hampir setiap individu memiliki *gadget* sebagai alat penyambung internet. Dengan adanya internet tersebut, masyarakat diharapkan dapat menggunakannya dengan bijak dan memanfaatkannya dengan baik. Salah satunya yaitu mengikuti akun-akun dakwah untuk menambah ilmu agama guna untuk pembentukan akhlak.



## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Karim

Al-Qur'an & Terjemahnya, *Qur'an Kemenag in Word Add-Ins* (Lajnah Pentasihan Mushab Al-Quran Badan Litbang dan Diklat. Kementerian Agama Republik Indonesia 2019) Versi 32-2.0 (Departemen Agama RI Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahnya, 2010)

Abdulla, M. Q. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Pasuruan: Qiara Media.

Adawiyah, D. P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 136.

Amelia, R. (2021). Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten TikTok. 1.

Arikunto, S. (1995). *Dasar-dasar Research*. Bandung: Tarsoto.

Azwar, S. (1998). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Bungin, B. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada, Media Group.

Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi*. Malang: Gunung Samudra.

Desviana. (2021). Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Tiktok Dakwah @Basyasman00 Terhadap Sikap Keberagaman.

Dr. Moh. Ali Aziz, M. (2004). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.

Dr. Muhammad Qadaruddin Abdullah, M. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Qiara Media.

Farida, S. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*.

Katyusha, W. (2021, Juni 08). "Siapa itu generasi Z dan Bagaimana cara mendidiknya". Diakses dari <https://hellosehat.com/parenting/anak-6-sampai-9-tahun/perkembangan-anak/mengenal-anak-generasi-Z/>

Febrianingrum, N. (2021). Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Medan Mengikuti Program Vaksinasi Covid-19.

- Malihah, N. (2019). Tiktok Dalam Perspektif Ak-Qur'an . *Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*.
- Marini, R. (2019). Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah.
- Nurfitri, M. d. (2020). Perilaku pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan . *Jurnal Publikasi Pendidikan*, 106.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS.
- Prakoso, A. D. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islami di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukaramae.
- Prianbodo, B. (2018). Pengaruh TikKTok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya .
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22: Pengelolaan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset .
- Qorib, D. D. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Tik Tok . *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- R, S. (2021). Tik-Tok Dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus Perilaku Pengguna Tik-Tok Di Kota Palopo).
- Rahmawati, A. Y. (2020). Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tik Tok Terhadap Perilaku Narsisme Muslim Komunitas Muser Jogja Squad.
- Ria Novianti, e. a. (2019). Generasi Alpha-Tumbuh Dengan Gadget Dalam Genggaman . *Jurnal Educhild (Pendidikan & Sosial)*, 66.
- Riyanto, S., & H, A. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saputra, W. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sendjaja, S. D. (1994). *Materi Pokok Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikbud.
- Sendjaja, S. D. (2014). *Teori Komunikasi* . Jakarta: Universitas Terbuka.
- Setiawan, A. A. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak.
- Soehoet, H. (2002). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta- IISIP.
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif dan R&D)*.

- Syamsuddin. (2016). Pengantar Sosiologi Dakwah. p.10.
- Syofian, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*. Jakarta: Kencana.
- Turner, R. W. (2010). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humaika.
- Bungin, B. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada, Media Group.
- Hendrayani, S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Prenada Group.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22: Pengelolaan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Riyanto, S., & H, A. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Syofian, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*. Jakarta: Kencana.
- Usman, H., & Akbar, B. S. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Utami, N. W. (2021). Pengaruh Penyampaian Informasi pada Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z.
- Zuriah, N. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Media Grafika.
- Komaria, D. S. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- <http://www.follyakbar.id/2012/07/hadits-hadits-dakwah.html?m=1>
- <https://www.silabus.web.id/generasi-z-berdasarkan-teori-generasi/>
- KBBI, “*Pengertian Tingkat*”, <http://kbbi.web.id/tingkat>, diakses tanggal 3 April 2022 jam 16.30
- Kominfo, (2018, Juli 04). “*Blokir Tik Tok Hanya Sementara*”. Diakses dari [https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan_media)

# LAMPIRAN



## Surat Izin Dari IAIN Parepare



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax: (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B-7009 /In.39.7/PP.00.9/09/2022

Parepare, 14 September 2022

Lamp : -

Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.  
Kepala Daerah Kabupaten Sindenreng Rappang  
Cq. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik  
Di-

Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare menerangkan bahwa:

Nama : NUR INDAH SARI  
Tempat/Tgl. Lahir : Rappang, 13 Februari 2000  
NIM : 18.3300.021  
PRODI : Manajemen Dakwah  
Semester : IX  
Alamat : Jl. Poros Pinrang

Adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare bermaksud akan mengadakan penelitian di Daerah **KAB. SIDRAP** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

**"PENGARUH KONTEN DAKWAH APLIKASI TIKTOK TERHADAP PEMBENTUKAN AKHLAK GENERASI Z DI KELURAHAN DUAMPANUA KABUPATEN SIDRAP"**

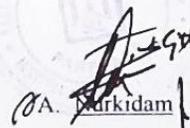
Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **September 2022 S/d Oktober 2022**

Sehubungan dengan hal tersebut dimohon kerjasamanya agar kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin sekaligus dukungan dalam memperlancar penelitiannya.

Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dekan,  
Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah

  
A. Markidam

## Surat Izin Penelitian Dari Pemerintah Kabupaten Sidrap

  
**PEMERINTAH KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
JL. HARAPAN BARU KOMPLEKS SKPD BLOK A NO. 5 KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG  
PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Telepon (0421) - 3590005 Email : ptsp\_sidrap@yahoo.co.id Kode Pos : 91611

---

**IZIN PENELITIAN**  
**Nomor : 335/IP/DPMTSP/9/2022**

**DASAR**

1. Peraturan Bupati Sidenreng Rappang No. 1 Tahun 2017 Tentang Pendelegasian Kewenangan di Bidang Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidenreng Rappang
2. Surat Permohonan **NUR INDAH SARI** Tanggal **16-09-2022**
3. Benta Acara Telaah Administrasi / Telaah Lapangan dari Tim Teknis **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE** Nomor **B-3009/In.39.7/PP.00.9/09/2022** Tanggal **14-09-2022**

**MENGIZINKAN**

**KEPADA**  
**NAMA** : **NUR INDAH SARI**  
**ALAMAT** : **SIMAE, KEL. DUAMPANUA, KEC. BARANTI**  
**UNTUK** : melaksanakan Penelitian dalam Kabupaten Sidenreng Rappang dengan keterangan sebagai berikut :

**NAMA LEMBAGA / UNIVERSITAS** : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**JUDUL PENELITIAN** : **PENGARUH KONTEN DAKWAH APLIKASI TIKTOK TERHADAP PEMBENTUKAN AKHLAK GENERASI Z DI KELURAHAN DUAMPANUA KABUPATEN SIDRAP**

**LOKASI PENELITIAN** : **KELURAHAN DUAMPANUA**

**JENIS PENELITIAN** : **KUANTITATIF DAN KUALITATIF**  
**LAMA PENELITIAN** : **16 September 2022 s.d 16 Oktober 2022**  
Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung

Dikeluarkan di : Pangkajene Sidenreng  
Pada Tanggal : 19-09-2022


**Biaya : Rp. 0,00**

**Tembusan :**

1. KEPALA KELURAHAN DUAMPANUA
2. DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
3. PERTINGGAL

## Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



### SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : ANDI MAPABETA KORO  
Jabatan : Kasi Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat  
A l a m a t : Kelurahan Baranti

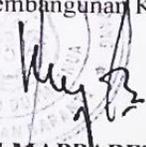
Menerangkan bahwa dibawah ini :

N a m a : NUR INDAH SARI  
NIM : 18.3300.021  
Prodi : MANAJEMEN DAKWAH  
Fakultas : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

Benar telah melakukan penelitian di Kantor Kelurahan Duampanua Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang dalam rangka pengumpulan data skripsi sebagai suatu syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 dengan Judul **“PENGARUH KONTEN DAKWAH APLIKASI TIKTOK TERHADAP PEMBENTUKAN AKHLAK GENERASI Z DI KELURAHAN DUAMPANUA KABUPATEN SIDRAP”**.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sidrap, 17 Oktober 2022  
Kasi Pembangunan Kel. Duampanua

  
**ANDI MAPPABETA KORO**  
Nip : 19710730 199303 1 006

## DAFTAR KUESIONER

### I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :  
 Jenis kelamin :  
 Pendidikan Terakhir :  
 Pekerjaan :  
 Akun TikTok :

### II. PETUNJUK PENGISIAN

- a. Sebelum mengisi kuesioner ini, sebaiknya dibaca terlebih dahulu petunjuk pengisian dan mengisi biodata singkat untuk kelengkapan data penelitian.
- b. Memberikan jawaban SL (selalu), SR (sering), KK (kadang-kadang), HTP (hampir tidak pernah), TP (tidak pernah)
- c. Penentuan jumlah skor
  1. Instrument Konten Dakwah
    - a). Selalu : 5
    - b). Sering : 4
    - c). Kadang-kadang : 3
    - d). Hampir tidak pernah : 2
    - e). Tidak pernah : 1
  2. Instrument Akhlak
 

Akhlak Baik	Akhlak Buruk
a). Selalu : 5	a). Selalu : 1
b). Sering : 4	b). Sering : 2
c). Kadang-kadang : 3	c). Kadang-kadang : 3
d). Hampir tidak pernah: 2	d). Hampir tidak Pernah: 4
e). Tidak pernah : 1	e). Tidak pernah : 5
- d. Beri tanda centang (√) sesuai jawaban yang anda ketahui.

### III. DAFTAR PERTANYAAN:

#### A. INSTRUMEN KONTEN DAKWAH

NO	INSTRUMEN	SL	SR	KK	HTP	TP
1.	Saya termotivasi untuk sukses dalam menghadapi segala cobaan dan tantangan kehidupan setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang motivasi islami pada aplikasi <i>TikTok</i>					
2.	Saya termotivasi untuk menunaikan kewajiban kepada Allah swt setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang motivasi islami pada aplikasi <i>TikTok</i>					
3.	Saya termotivasi untuk memberi teladan bagi banyak orang setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang motivasi islami pada aplikasi <i>TikTok</i>					
4.	Saya terinspirasi untuk menciptakan suatu hal yang kreatif setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang inspirasi islami pada aplikasi <i>TikTok</i>					
5.	Saya terinspirasi untuk bersemangat agar kehidupan saya menjadi lebih baik dan pantang menyerah setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang inspirasi islami pada aplikasi <i>TikTok</i>					
6.	Saya terinspirasi untuk terus menuntut ilmu setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang inspirasi pada aplikasi <i>TikTok</i>					
7.	Saya tersadar ketika mendapati konten dakwah yang berisi tentang nasihat agar melakukan intropeksi diri setelah mengakses konten dakwah pada aplikasi <i>TikTok</i>					
8.	Saya tersadar ketika mendapati konten dakwah yang berisi tentang nasihat agar menciptakan hubungan silaturahmi dan persaudaraan yang kuat sesama teman setelah mengakses konten dakwah aplikasi <i>TikTok</i>					

9.	Saya tersadar ketika mendapati konten dakwah yang berisi tentang nasihat agar saling mengingatkan sesama dalam hal kebaikan setelah mengakses konten dakwah pada aplikasi <i>TikTok</i>					
10.	Saya memperbaiki cara berpakaian saya dengan menutup aurat setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang hijrah islami pada aplikasi <i>TikTok</i>					
11.	Saya memperbaiki cara bergaul saya dengan memilih teman dan sahabat yang bisa membantu untuk selalu dekat dengan Allah untuk saling mengingatkan setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang hijrah pada aplikasi <i>TikTok</i>					
12.	Saya berusaha untuk terus memperbaiki lisan saya ketika berbicara kepada orang lain agar tidak tersinggung setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang hijrah pada aplikasi <i>TikTok</i>					
13.	Saya membaca doa-doa untuk melindungi diri dari kejelekan dan keburukan setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang doa-doa pada aplikasi <i>TikTok</i>					
14.	Saya membaca doa-doa untuk mendapatkan ketenangan dan pengampunan dari Allah swt setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang doa-doa pada aplikasi <i>TikTok</i>					
15.	Saya membaca doa-doa untuk memudahkan segala urusan setelah mengakses konten dakwah yang berisi tentang doa-doa pada aplikasi <i>TikTok</i>					

## B. INSTRUMEN AKHLAK

NO	INSTRUMEN	SS	S	RR	TS	STS
<b>AKHLAK BAIK</b>						
1.	Saya sabar dalam mengerjakan atau menunaikan ibadah kepada Allah swt					
2.	Saya sabar dalam menjauhkan diri dari perbuatan yang dilarang Allah swt					
3.	Saya bersyukur atas segala nikmat yang telah Allah berikan					
4.	Saya senantiasa mengucapkan alhamdulillah atas semua yang telah didapatkan hingga saat ini					
5.	Saya menyisihkan uang untuk bersedekah					
6.	Saya tidak merasa terpaksa dalam melakukan suatu pekerjaan					
7.	Saya malu ketika berbohong kepada sesama teman					
8.	Saya malu ketika melakukan hal-hal maksiat di depan banyak orang					
9.	Saya menepati janji setelah membuat janji dengan orang lain					
10.	Saya menyelesaikan amanah dengan sebaik-baiknya					
<b>AKHLAK BURUK</b>						
11.	Saya marah ketika hal yang saya rencanakan tidak sesuai dengan apa yang terjadi					
12.	Saya marah ketika saya tidak diperlakukan secara tidak adil					
13.	Saya tidak peduli dengan lingkungan sekitar					
14.	Saya merasa lebih unggul dibandingkan orang lain					
15.	Saya suka memamerkan ibadah yang telah dikerjakan					
16.	Saya hanya mengerjakan ibadah shalat ketika ada orang yang melihat					

17.	Saya hanya mementingkan diri sendiri dibandingkan orang lain					
18.	Saya rakus dalam harta					



**TABULASI DATA RESPONDEN VARIABEL X**

NO	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	JUMLAH
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
2	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	64
3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	67
4	5	4	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	63
5	4	4	3	2	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	3	50
6	5	5	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	62
7	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	65
8	5	5	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	53
9	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	62
10	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	62
11	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	64
12	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	5	5	64
13	4	5	3	2	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	53
14	4	4	3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	5	4	4	49
15	4	5	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	61
16	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	64
17	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	63
18	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	63
19	4	5	3	2	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	52
20	4	5	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	5	4	3	51
21	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
22	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	63
23	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	62

24	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	64
25	4	4	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
26	5	5	3	2	3	2	4	3	4	4	3	4	5	4	4	55
27	4	4	3	2	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	3	51
28	4	5	4	3	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4	64
29	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	64
30	5	5	4	3	3	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	63
31	4	4	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	51
32	4	5	3	3	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	62
33	4	5	5	3	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	66
34	5	4	4	4	3	3	5	5	4	4	3	2	4	5	4	59
35	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	69



**TABULASI DATA RESPONDEN VARIABEL Y**

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	JUMLAH
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
2	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	75
3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	80
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	74
5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	59
6	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	74
7	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	78
8	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	5	4	4	3	3	61
9	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	3	73
10	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	75
11	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	3	4	5	4	4	5	5	78
12	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	75
13	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	5	3	4	4	4	65
14	4	3	3	5	4	4	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	2	56
15	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	73
16	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	76
17	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	76
18	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	74
19	4	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	2	3	5	3	4	4	4	63
20	4	3	4	5	4	3	3	3	2	3	3	2	3	5	3	3	3	2	58
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	67
22	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	5	75
23	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	73

24	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	76
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	3	4	4	4	4	65
26	4	3	4	5	4	4	4	3	4	2	3	2	5	5	3	4	3	4	4	66
27	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	3	2	4	4	3	4	4	4	4	63
28	5	4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	3	3	5	4	4	4	5	76	
29	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	75	
30	5	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	3	3	5	4	4	4	5	74	
31	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	3	2	3	4	3	4	4	4	62	
32	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	3	5	3	4	5	4	74	
33	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	4	3	4	5	5	5	4	5	80	
34	5	5	4	4	5	4	4	3	2	4	3	3	5	4	4	4	3	2	68	
35	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	82	



## DOKUMENTASI



## DAFTAR RIWAYAT PENULIS



**Nur Indah Sari**, lahir di Rappang Kabupaten Sidrap pada tanggal 13 Februari 2000. Merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Sinrang dan Ibu Nasmi, tinggal di Kelurahan Duampanua Kecamatan Baranti, Sulawesi Selatan. Penulis memulai pendidikan di TK Dharma Wanita Simae pada tahun 2005, SD Negeri 5 Baranti pada tahun 2006, MTs Negeri Baranti Kabupaten Sidrap pada tahun 2012 dan melanjutkan pendidikan di MAN Sidrap pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan S1 di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare, yang pada tahun 2018 telah berganti nama menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, dengan mengambil prodi Manajemen Dakwah di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD). Penulis mengajukan skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi *TikTok* Terhadap Pembentukan Akhlak Genrasi Z DI Kelurahan Duampanua Kabupaten Sidrap”.