

**PENGARUH TERPAAN PESAN DAKWAH PADA
AKUN TIKTOK @ABIAZKAKIAA TERHADAP
RELIGIUSITAS PADA *FOLLOWERS***

SKRIPSI

Oleh:

Muhamad Fajar Yudhistira

201910415018



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

**PENGARUH TERPAAN PESAN DAKWAH PADA
AKUN TIKTOK @ABIAZKAKIAA TERHADAP
RELIGIUSITAS PADA *FOLLOWERS***

SKRIPSI

Oleh:

Muhamad Fajar Yudhistira

201910415018



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Pesan Dakwah Pada Akun
TikTok @abiazkakaiaa Terhadap Religiusitas
Pada *Followers*

Nama Mahasiswa : Muhamad Fajar Yudhistira


Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415018

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023

MENYETUJUI,
Pembimbing



Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun
NIDN. 0303098405

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Pesan Dakwah Pada Akun TikTok @abiazkakaiaa Terhadap Religiusitas Pada *Followers*

Nama Mahasiswa : Muhamad Fajar Yudhistira

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415018

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Muhamad Husni Mubarak, S.Pd., M.IKom
NIDN 0414128601

Penguji : Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun
NIDN 0303098405

Sekretaris Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NIDN 0319059501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widdo, S.IKom, M.IKom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Pengaruh Terpaan Pesan Dakwah Pada Akun TikTok @abiazkakiaa Terhadap Religiusitas Pada *Followers*

Penelitian ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dicantumkan secara jelas dan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 1 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan,



Muhamad Fajar Yudhistira
NPM: 201910415018

ABSTRAK

Muhamad Fajar Yudhistira, 201910415018, Pengaruh Terpaan Pesan Dakwah Pada Akun TikTok @abiazkakiaa Terhadap Religiusitas Pada Followers

Salah satu faktor yang dapat meningkatkan religiusitas pada khalayak media adalah dengan memberikan terpaan pesan dakwah di media sosial TikTok. Bentuk usaha untuk meningkatkan religiusitas khalayak media adalah dengan cara memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan dakwah Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dan seberapa besar pengaruh terpaan pesan dakwah pada akun TikTok @abiazkakiaa terhadap religiusitas pada followers. Populasi dalam penelitian adalah *followers* dari akun TikTok @abiazkakiaa yang tidak dapat diketahui secara pasti dan sampel yang digunakan berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan analisis linear sederhana, uji parsial T, dan uji determinasi. Hasil dari uji parsial t penelitian ini menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar $5,312 > t\text{-tabel}$ sebesar 1,987. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terpaan pesan dakwah pada akun TikTok @abiazkakiaa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas pada *followers* Pengaruh Terpaan Pesan Dakwah Pada Akun TikTok @abiazkakiaa Terhadap Religiusitas Pada *Followers* adalah sebesar 22,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

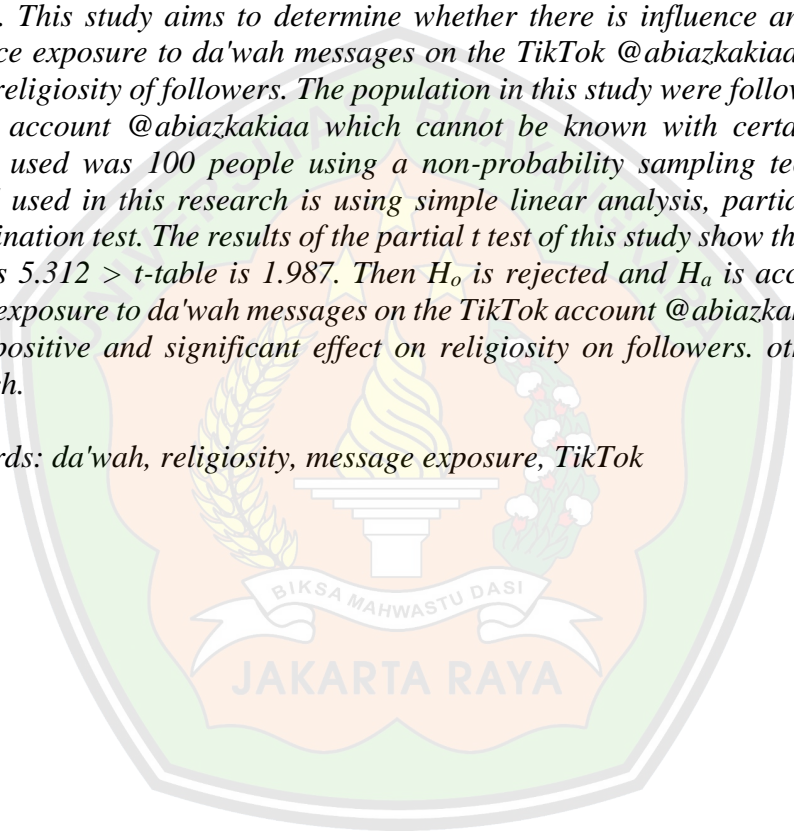
Kata kunci : dakwah, religiusitas, terpaan pesan, TikTok

ABSTRACT

Muhamad Fajar Yudhistira, 201910415018, *Effect of Exposure to Da'wah Messages on the @abiazkakiaa TikTok Account on Religiosity of Followers*

One of the factors that can increase the religiosity of the media audience is exposure to da'wah messages on social media TikTok. The form of effort to increase the religiosity of media audiences is by utilizing social media to convey Islamic da'wah. This study aims to determine whether there is influence and how much influence exposure to da'wah messages on the TikTok @abiazkakiaa account has on the religiosity of followers. The population in this study were followers from the TikTok account @abiazkakiaa which cannot be known with certainty and the sample used was 100 people using a non-probability sampling technique. The method used in this research is using simple linear analysis, partial T test, and determination test. The results of the partial t test of this study show that the t-count value is $5.312 > t\text{-table is } 1.987$. Then H_0 is rejected and H_a is accepted, which means exposure to da'wah messages on the TikTok account @abiazkakiaa partially has a positive and significant effect on religiosity on followers. other than this research.

Keywords: da'wah, religiosity, message exposure, TikTok



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas semua rahmat, perlindungan, serta ridha-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah berupa skripsi guna memenuhi persyaratan kelulusan Studi Strata 1 (S1) di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dukungan, serta do'a dari berbagai pihak yang sangat membantu peneliti dalam melalui proses ini. Peneliti secara tulus menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Prodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Kedua orang tua bapak Ismahadi dan ibu Miatun yang selalu memberikan segala bentuk dukungan, bimbingan, serta doa selama melalui proses ini.
5. Ibu Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Comm., selaku Dosen Pembimbing Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Ibu Annisa Eka Syafrina, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti.

Akhir kata penulis ucapkan, semoga penelitian yang penulis buat mampu memberikan dampak positif kepada pihak yang bersangkutan maupun kepada pihak lainnya. Terima Kasih

Jakarta, 1 Agustus 2023



Muhamad Fajar Yudhistira
NPM: 201910415018

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Terpaan Pesan	13
2.2.2 Pesan Dakwah.....	15
2.2.3 Media Sosial.....	17
2.2.4 TikTok.....	20
2.2.5 Religiusitas.....	22
2.3 Pendekatan Teori	26
2.3.1 Teori <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	27
2.4 Kerangka Berpikir	29
2.5 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian	32
3.2 Jenis Penelitian	33

3.3	Operasionalisasi Variabel.....	33
3.3.1	Definisi Konseptual.....	34
3.3.2	Definisi Operasional	34
3.4	Populasi dan Sampel.....	35
3.4.1	Populasi.....	35
3.4.2	Sampel.....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1	Metode angket (<i>Kuesioner</i>).....	38
3.6	Uji Instrumen.....	38
3.6.1	Uji Validitas	39
3.6.2	Uji Reliabilitas	40
3.7	Teknik Analisis Data	41
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	41
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.3	Uji Regresi Linear Sederhana	44
3.7.4	Uji Hipotesis	44
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	46
3.8.1	Lokasi Penelitian.....	46
3.8.2	Waktu Penelitian	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	47
4.1.1	Gambaran Umum Akun TikTok @abiazkakiaa	47
4.1.2	Gambaran Umum Karakteristik Responden	49
4.2	Uji Persyaratan Instrumen	51
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	51
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	52
4.3	Statistik Deskriptif Penelitian.....	53
4.3.1	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Terpaan Pesan Dakwah (X)	53
4.3.2	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Religiusitas (Y).....	58
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
4.4.1	Uji Normalitas	62
4.4.2	Uji Linearitas.....	63
4.5	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	64

4.6 Hasil Uji Hipotesis	65
4.6.1 Uji Parsial T	65
4.6.2 Uji Determinasi R ²	67
4.7 Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

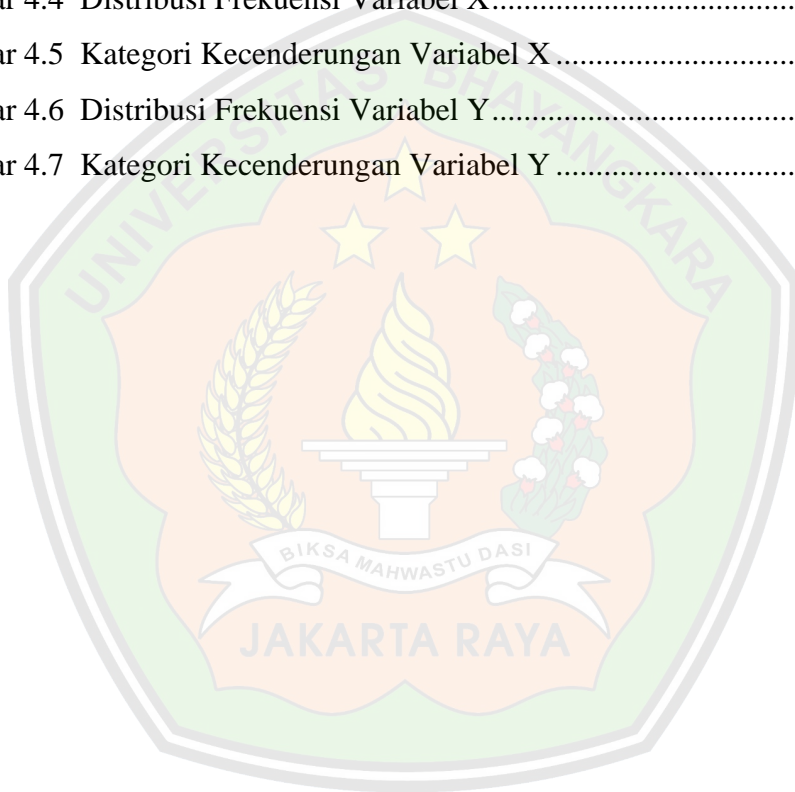


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1	Skala Likert	33
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.3	Interpretasi Koefisiensi Reliabilitas	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Jadi Pengguna TikTok.....	50
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan TikTok Dalam Sehari	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Pesan Dakwah (X).....	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (Y)	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Pesan Dakwah (X).....	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas (Y).....	53
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Pada Variabel (X)	54
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Variabel X	55
Tabel 4.11	Mean, Median, Modus Variabel X.....	56
Tabel 4.12	Kategori Kecenderungan Variabel X.....	57
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Pada Variabel (Y)	58
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Variabel Y	59
Tabel 4.15	Mean, Median, Modus Variabel Y.....	60
Tabel 4.16	Kategori Kecenderungan Variabel Y	61
Tabel 4.17	Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.18	Hasil Uji Linearitas	63
Tabel 4.19	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	64
Tabel 4.20	Hasil Uji Parsial T.....	65
Tabel 4.21	Hasil Uji Determinasi R ²	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Yang Sering Digunakan Di Indonesia Tahun 2023	2
Gambar 1.2 Profil Akun TikTok Abi Azkacia.....	4
Gambar 1.3 Konten TikTok @abiazkaciaa.....	6
Gambar 4.1 Profil Abi Azkacia	47
Gambar 4.2 Akun TikTok @abiazkaciaa	48
Gambar 4.3 Konten TikTok Abi Azkacia.....	48
Gambar 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel X.....	55
Gambar 4.5 Kategori Kecenderungan Variabel X.....	57
Gambar 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Y.....	60
Gambar 4.7 Kategori Kecenderungan Variabel Y	61



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	30
----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Biodata Mahasiswa
- Lampiran 2. Pernyataan Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Rekapitulasi Variabel X dan Y
- Lampiran 4. Hasil Uji Coba Instrumen Variabel X dan Y
- Lampiran 5. Hasil Uji Instrumen Variabel X dan Y
- Lampiran 6. Distribusi Nilai R-Tabel
- Lampiran 7. Distribusi Nilai T-Tabel
- Lampiran 8. Kartu Bimbingan
- Lampiran 9. Form Perbaikan Sidang Skripsi

