

ABSTRAK

PENGARUH APLIKASI TIKTOK PADA *CHALLENGE* #TIKTOKPINTAR DAN #SAMASAMABELAJAR SEBAGAI MEDIA DAKWAH TERHADAP MOTIVASI BERAGAMA *FOLLOWERS* (Studi Pada *Followers* Akun Tiktok @Dinda_Ibrahiim)

Oleh

ANNISA MAULANI YUSUF

Perkembangan teknologi membawa perubahan dalam kehidupan baik sisi sosial maupun budaya. Perubahan motivasi /kebiasaan akibat adanya media sosial, salah satunya seperti perubahan pada metode dakwah melalui media sosial. Salah satunya media sosial TikTok. Selain sebagai sarana penyampaian informasi, TikTok dimanfaatkan konten kreator @dinda_ibrahiim sebagai media penyampaian dakwah. Dengan memanfaatkan *challenge* yang populer salah satunya #tiktokpintar dan #samasamabelajar, hal ini diharap dapat menjangkau khalayak luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial TikTok @dinda_ibrahim sebagai media dakwah terhadap motivasi beragama *followers*.

Teori yang digunakan adalah teori SOR. Tipe penelitian yang digunakan yakni kuantitatif dengan pendekatan survey sebagai pengumpulan data, menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Adapun sampling dalam penelitian ini adalah 100 *followers* TikTok @dinda_ibrahiim. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok @dinda_ibrahiim sebagai media dakwah memberikan pengaruh sebesar 42,5% terhadap motivasi beragama *followers*, sedangkan 57,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Melalui penelitian ini, diketahui bahwa *followers* memilih pesan sesuai dengan kebutuhannya. Sedangkan Dinda Ibrahiim memiliki kemampuan dalam menyampaikan pesan dakwah di TikTok. Pesan dakwah yang diterima *audiens* dengan baik mampu memengaruhi pikiran, pandangan, dan perasaan sehingga timbul dorongan dalam diri seseorang dalam bersikap maupun berperilaku. Hipotesis yang diajukan diterima dibuktikan dengan hasil Thitung = 8,513 > dari Ttabel = 1,290.

Kata Kunci : Media Sosial, TikTok, Dakwah, *Challenge*, Motivasi Beragama.

ABSTRACT

**THE EFFECT OF TIKTOK APPLICATIONS ON THE #TIKTOKPINTAR AND #SAMASAMABELAJAR CHALLENGE AS DAKWAH MEDIA ON THE RELIGIOUS MOTIVATION OF FOLLOWERS
(Study on Tiktok Account Followers @Dinda_Ibrahiim)**

By

ANNISA MAULANI YUSUF

Technological developments bring changes in life, both social and cultural. Changes in motivation/habits due to social media, one of which is changes in da'wah methods through social media. One of them is TikTok social media. Apart from being a means of delivering information, TikTok is used by content creator @dinda_ibrahiim as a medium for delivering da'wah. By taking advantage of popular challenges, one of which is #tiktokpintar and #samamabelajar, it is hoped that this can reach a wide audience. This study aims to find out how big the influence of social media TikTok @dinda_ibrahim as a propaganda medium on followers' religious motivation.

The theory used is the SOR theory. The type of research used is quantitative with a survey approach as data collection, using non-probability sampling techniques. The sampling in this study was 100 TikTok followers @dinda_ibrahiim. Based on the results of the study, it shows that TikTok @dinda_ibrahiim as a propaganda medium has an influence of 42.5% on followers' religious motivation, while the remaining 57.5% is influenced by other factors. Through this research, it is known that followers choose messages according to their needs. Meanwhile, Dinda Ibrahim has the ability to convey da'wah messages on TikTok. Da'wah messages that are well received by the audience are able to influence thoughts, views, and feelings so that an impulse arises in a person in attitude and behavior. The proposed hypothesis is accepted as evidenced by the results of $T_{count} = 8,513 > \text{from } T_{table} = 1,290$.

Keywords: Social Media, TikTok, Da'wah, Challenge, Religious Motivation