



UIMSYA
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG - BANYUWANGI

SKRIPSI 2025

PREFERENSI DAN RESPON GENERASI ALPHA PADA KONTEN DAKWAH DI TIKTOK STUDI KASUS: SISWA MTS AL AMIN TABANAN, BALI



Penulis : IKA PUTRI

Pembimbing : MOH. MUSLIMIN

SKRIPSI

**PREFERENSI DAN RESPON GENERASI ALPHA PADA
KONTEN DAKWAH DI TikTok : STUDI KASUS SISWA MTS
AL-AMIN TABANAN, BALI**



IKA PUTRI

NIM : 2112111013

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
(UIMSYA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2025**

SKRIPSI

**PREFERENSI DAN RESPON GENERASI ALPHA PADA
KONTEN DAKWAH DI TikTok : STUDI KASUS SISWA
MTS AL-AMIN TABANAN, BALI**



IKA PUTRI

NIM : 2112111013

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
(UIMSYA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2025**



PRASYARATAN GELAR

**PREFERENSI DAN RESPON GENERASI ALPHA PADA
KONTEN DAKWAH DI TikTok: STUDI KASUS SISWA
MTS AL-AMIN TABANAN, BALI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung
Banyuwangi
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Sosial (S.Sos.)

Oleh:

IKA PUTRI
NIM : 2112111013

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
(UIMSYA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Dengan Judul :

**PREFERENSI DAN RESPON GENERASI ALPHA PADA
KONTEN DAKWAH DI TikTok : STUDI KASUS SISWA
MTS AL AMIN TABANAN, BALI**

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian skripsi

Pada tanggal: 28 Juli 2025

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Prodi

Maskur, S.Sos.I, MH
NIPY: 8125252578101

Moh. Muslimin, M.Sos
NIPY : 3152112039601



PENGESAHAN PENGUJI

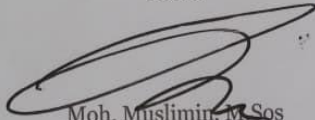
Skripsi Saudari Ika Putri telah di Munaqosyah Kepada Dewan
Penguji skripsi Fakultas Dakwah Dan komunikasi Islam
Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung
Banyuwangi Pada tanggal:

(28 Juli 2025)

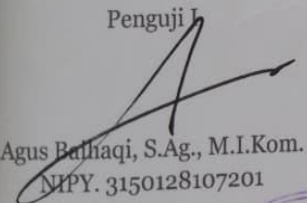
dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Tim Penguji :

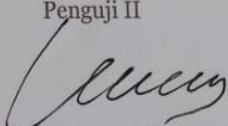
Ketua


Moh. Muslimin, M.Sos
NIPY. 3512112029601

Penguji I


Agus Baihaqi, S.Ag., M.I.Kom.
NIPY. 3150128107201

Penguji II


Khotibul Umam, S.Pd., M.H
NIPY. 3152228079301

Dekan


Agus Baihaqi, S.Ag., M.I.Kom.
NIPY. 3150128107201



MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto:

Succes is doesn't come from what you do occasionally. But, it comes from what you do consistently.

“Kesuksesan tidak datang dari apa yang sesekali kamu lakukan. Melainkan dari apa yang kamu lakukan secara konsisten”

Persembahan:

Skripsi ini kupersembahkan untuk Ibuku tercinta yang telah merawatku mulai aku bayi hingga dewasa, Ayahku tercinta yang dengan selalu memberiku motivasi dan nasehatnya agar aku tetap menjadi orang yang percaya diri dan penuh semangat, dan adikku tersayang yang selalu mendo'akanku. Juga untuk semua teman-teman dan sahabatku.

**PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ika Putri
NIM : 2112111013
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Fakultas Dakwah dan komunikasi
Islam
Alamat Lengkap : Br. Dinas Meliling Kawan
Desa Meliling
Kecamatan Kerambitan
Kabupaten Tabanan
Provinsi Bali

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Banyuwangi,
Yang menyatakan,



Ika Putri

NIM : 2112111013

ABSTRAK

Putri, Ika. 2025. Preferensi Dan respon Generasi Alpha Pada konten Dakwah Di TikTok : Studi Kasus Siswa MTS Al Amin Tabanan, Bali. Skripsi. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam. Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSya) Blokagung Banyuwangi. Pembimbing: Moh. Muslimin, M.Sos.

Kata Kunci: Generasi Alpha, TikTok, Dakwah Digital, Preferensi, Respon

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi dan respon Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok, dengan fokus utama pada siswa MTS Al-Amin Tabanan, Bali. Generasi Alpha merupakan kelompok yang lahir antara 2010 hingga 2025 dan tumbuh dalam era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa siswa MTS Al-Amin memiliki preferensi terhadap konten dakwah yang berdurasi pendek (30-60 detik), visual menarik, bahasa santai, dan tema yang sesuai dengan kehidupan mereka. Mereka lebih menyukai konten yang disampaikan dengan cara yang ringan, humoris, atau naratif seperti storytelling dan animasi.

Dari sisi respon, siswa menunjukkan tiga jenis tanggapan: (1) kognitif, berupa pemahaman pada nilai keagamaan; (2) afektif, berupa emosional dan empati terhadap pesan dakwah; dan (3) konatif, berupa niat dan tindakan positif.

Kesimpulannya, efektivitas dakwah di TikTok sangat dipengaruhi oleh kesesuaian konten dengan gaya komunikasi dan karakteristik Generasi Alpha. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi dakwah digital yang komunikatif kreatif dan relevan di media sosial.

ABSTRACT

Putri, Ika. 2025. Preferences and Responses of Generation Alpha to Islamic Preaching Content on TikTok: A Case Students at MTS Al-Amin Tabanan, Bali. Thesis. Islamic Communication and Broadcasting. Faculty of Islamic Da'wah and Communication. KH. Mukhtar Syafaat University (UIMSya) Blokagung Banyuwangi. Supervisor: Moh. Muslimin.

Key Word: Generation Alpha, TikTok, Digital Dakwah, preferences, responses

This study aims to determine Generation Alpha's Preferences and responses to Islamic preaching content on TikTok, focusing primarily on students at MTS Al-Amin Tabanan, Bali. Generation Alpha consists of individuals up in the digital era. This research employed a qualitative approach using a case study method. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation.

The findings of this study show that students at MTS Al-Amin have a preference for short da'wah content lasting between (30-60 seconds, engaging visuals, casual language, and themes that resonate with their lives. They appreciate content presented in a lighthearted, humorous, and narrative style, such as storytelling and animation.

Regarding their responses, students exhibited three distinct types: (1) cognitive responses, which reflect their understanding of religious values; (2) affective responses, reflected by emotions and empathy towards the preaching message; (3) conative responses, demonstrated through positive intentions and actions.

In conclusion, the effectiveness of dakwah on TikTok is significantly influenced by the suitability of the content to the communication styles and characteristics of Generation Alpha. This research contributes to the development of creative,

communicative, and relevant digital dakwah strategies on social media.

ABSTRAK

فوتري, إيكّا. ٢٠٢٥. تفضيلات و استجابات جيل ألفا لمحتوى الوعظ الإسلامي علي تيك توك: دراسة حالة لطلاب كلية الأمين الإسلامية تابانان, بالي. أطروحة. برنامج دراسات الاتصال و الإذاعة الإسلامية. كلية الدعوة الإسلامية والتصال. جامعة كياهي الحج مختار شفاعة بلوكافونج بانجوانجي. المشرّف: محمّد مسلمين, الشؤون الماجستير.

الكلمات الرئيسية : جيل ألفا, تيك توك, الدعوة الرقمية و التفضيلات, الاستجابات

تهدف هذه الدراسة تحديد تفضيلات جيل ألفا و استجاباته لمحتوى الوعظ الإسلام على تيك توك, مع التركيز بشكل رئيسي على طلاب مدرسة الإسلامية الأمين تابانان بالي. جيل ألفا هو جيل ولد بين عامي ٢٠١٠ و ٢٠٢٥ ونشأ في العصر الرقمي. اتبع هذا البحث منهجاً نوعياً و منهج دراسة حالة. جمعت البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات المعمقة والتوثيق.

تشير نتائج الدراسة إلى أن طلاب مدرسة الأمين المتوسطة المحتوى الدعوي القصير (٣٠-٦٠ ثانية), والصور الجذابة, واللغة الهادئة, والمواضيع المرتبط بحياتهمز كما يفضلون المحتوى المقدم بأسلوب مرح أو فكاهي أو سردي, مثل سرد القصص والرسوم المتحركة.

من حيث الإستجابة, أظهر الطلاب ثلاثة أنواع من الاستجابات: (١)المعرفية, في شكل فهم القيم الدنية; (٢)العطفية, في شكل عواطف والتعاطف تجاه رسالة الوعظ; (٣) الإبداعية, في شكل النوايا والأفعال الإيجابية. في الختام, تتأثر فعالية الدعوة على تيك توك بشكل كبير بملاءمة المحتوى لأساليب التواصل وخصائص جيل ألفا. يسهم هذا البحث في تطوير استراتيجيات دعوية رقمية إبداعية وتواصلية ذات صلة على وسائل التواصل الاجتماعي.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Preferensi Dan Respon Generasi Alpha Pada Konten Dakwah Di TikTok : Studi Kasus Siswa MTS Al Amin Tabanan, Bali”**. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan serta bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih penulis menyampaikan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. KH. Abdul Kholiq Syafa'at, M.A. selaku Ketua Senat Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi.
2. Dr. H. Ahmad Munib Syafa,at, Lc., M. E. I. selaku Rektor Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi.
3. Bapak Agus Baihaqi, S.Ag., M. I. Kom. selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat Darussalam Blokagung Banyuwangi.
4. Bapak Maskur, S. Sos. I., M. H. selaku Ketua Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam.
5. Bapak Khotib Ibrahim, S. Sos. selaku Staff Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Islam UIMSYA Darussalam Blokagung Banyuwangi.
6. Bapak Muslimin, M. Sos. selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan telaten memberikan pengarahan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Islam UIMSYA Darussalam Blokagung Banyuwangi.

8. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Imam Jaenuri dan Ibu Nurul Hidayati, terimakasih atas segala kasih sayang, do'a dan dukungan yang tak henti-hentinya mengalir.
9. Adikku Annisaul Mukaromah, terimakasih telah memberikan do'a yang terbaik selama ini.
10. Kepada teman-teman pengurus ORDA ISBAD, terimakasih atas dukungan dan semangat kalian yang selalu memberikan motivasi dalam hidup saya selama ini.
11. Teman-teman KPI angkatan 2021 seperjuangan, terimakasih atas persahabatan selama beberapa tahun ini. Semoga hubungan kita senantiasa erat serta mendapat kesuksesan di dunia dan akhirat.
12. Semua pihak yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi serta menjadi kontribusi kecil dalam memahami Dinamika Komunikasi Dakwah Pada Generasi Alpha. Semoga segala bentuk bantuan, baik secara spiritual, motivasi, pengarahan dan dukungan akan mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa meridhai segala usaha yang telah dilakukan. *Amin ya Robbal 'alamin.*

Blokagung, 28 Juli 2025
Penulis,

Ika Putri
NIM : 2112111013

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar

Halaman Sampul Dalam	i
Persyaratan Gelar	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan Penguji	iv
Moto Dan Persembahan.....	v
Pernyataan Keaslian Penulis.....	vi
Abstrak (Bahasa Indonesia).....	vii
Abstrack (Bahasa Inggris).....	viii
Abstrak (Bahasa Arab)	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktisi.....	5
1.5 Definisi Istilah	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Teori-Teori Yang Berkaitan Dengan Penelitian	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Alur Pikir Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	26
3.3 Kehadiran Peneliti.....	26
3.4 Subjek Penelitian (Informan)	27
3.5 Data Dan Sumber Data	27
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	29

3.7 Keabsahan Data	30
3.8 Analisis Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Data Lapangan	34
4.2 Verifikasi Data Lapangan.....	39
4.3 Pembahasan	51
BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	63
5.3 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1 Data Guru dan Karyawan MTS Al-Amin	32
Tabel 4.3 Jumlah responden.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pikir Penelitian	16
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	:	Kartu Bimbingan
Lampiran 2	:	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
Lampiran 3	:	Surat Keterangan Bebas Plagiasi
Lampiran 4	:	Pedoman Wawancara
Lampiran 5	:	Dokumentasi Penelitian
Lampiran 6	:	Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah memberikan perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal komunikasi dan menyampaikan informasi keagamaan. Perubahan digital ini telah mengubah metode dakwah tradisional menjadi dakwah digital yang memanfaatkan Media sosial, khususnya TikTok, kini menjadi bagian penting dalam kehidupan generasi muda, terutama Generasi Alpha. Perubahan ini terjadi karena Generasi Alpha, lebih cepat memberikan tanggapan atau reaksi terhadap media visual dan audio yang singkat namun padat.¹

TikTok sebagai salah satu platform yang paling populer di dunia telah mencatat perkembangan pengguna yang luar biasa pesat dalam jangka waktu yang singkat.² Seiring dengan meningkatnya penggunaan TikTok, banyak Da'I dan konten kreator Islam mulai memanfaatkannya sebagai media dakwah. Konten dakwah di TikTok berusaha disampaikan dengan gaya yang lebih ringan, visual, menarik, dan menggunakan bahasa yang sesuai. Menurut data dari Statista (2024), sekitar 60% anak-anak usia 10-14 tahun di Indonesia telah menggunakan TikTok setiap hari sebagai hiburan dalam kehidupan mereka.³

¹ Qomar Abdurrahman and Dudi Badruzaman, "Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital," *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (2023): 152–62.

² Asep Koswara, "Filantropi Digital: Pemanfaatan Platform Media Sosial TikTok Untuk Menghimpun Donasi Di Dunia Maya," *Journal of Society Bridge* 3, no. 1 (2025): 39–53.

³ Diva Marischa and Reni Budi Setianingrum, "Transfer of Personal Data by E-Commerce Companies: A Study From The Perspective of Indonesian Personal Data Protection

Secara khusus fokus utama dalam konteks ini yaitu Generasi Alpha, Generasi yang lahir tahun 2010 sampai 2025. Mereka dikenal sebagai digital native sejati yang sejak kecil sudah mengenal dengan perangkat digital, seperti smartphone dan media digital lainnya. Generasi ini menyukai konten yang visual dan interaktif. Serta memiliki cara mengakses media yang berbeda dari generasi sebelumnya. Kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi menjadikan media sosial sebagai media utama untuk berkomunikasi, mengakses hiburan dan informasi, termasuk konten dakwah. Hal tersebut dapat menimbulkan tantangan sekaligus membuka peluang baru dalam menyampaikan dakwah kepada Generasi Alpha.⁴

Fenomena ini terlihat jelas dari semakin banyaknya pendakwah dan konten kreator Muslim yang menggunakan TikTok sebagai sarana untuk berdakwah. Konten dakwah disampaikan dalam berbagai bentuk, seperti ceramah singkat, ceramah inspirasi, hingga dalam bentuk humor dan hiburan. Cara ini dipilih agar bisa menarik perhatian Generasi Alpha, yang cenderung memiliki perhatian singkat dan suka komunikasi ringan dan menyenangkan.

Berdasarkan laporan Data Reportal (2024), sebagian besar pengguna TikTok di Indonesia adalah remaja dan anak-anak usia 10-15 tahun, yang termasuk Generasi Alpha.⁵ Hal ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki peluang besar untuk dijadikan media dakwah

Laws,” *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal* 4, no. 1 (2024): 48–64.

⁴ Muh Nur Alamsyah and Nur Wahyu Ningsih, “Strategi Integratif Pendekatan Psikologis Dan Pendidikan Islam Dalam Membentuk Karakter Generasi Alpha,” *Qosim: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 3, no. 2 (2025): 626–43.

⁵ Nazar Naamy, “Transformasi Sosial Dakwah Tuan Guru; Dari Tradisional Menuju Era Digital,” *Ulul Albab: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 1, no. 1 (2023): 68–80.

di era digital saat ini. Hal tersebut juga berpengaruh besar pada cara berfikir dan sikap beragama anak muda saat ini, terutama di sekolah yang berbasis Islam. Namun, di balik peluang tersebut terdapat tantangan yang perlu diperhatikan. Karena tidak semua konten dakwah bisa diterima atau dipahami dengan baik oleh mereka.

Adapun respon yang mereka berikan pada konten dakwah di TikTok sangat beragam. Tidak semua Generasi Alpha memberikan respon positif pada konten tersebut. Kebanyakan dari mereka masih sering mengabaikan atau melewati konten dakwah tersebut. Karena pesan dakwah yang disampaikan belum sesuai dengan karakteristik mereka.

Fenomena ini juga terjadi pada siswa MTS Al-Amin Tabanan, Bali, yang merupakan Generasi Alpha. Mereka adalah generasi yang lahir dan besar di era digital telah maju. Adapun madrasah tersebut merupakan lembaga pendidikan Islam yang menekankan nilai-nilai keagamaan dalam proses pembelajaran. Selain itu, penelitian dakwah digital di wilayah bali, khususnya di kabupaten Tabanan masih tergolong rendah, terutama yang menyangkut Generasi Alpha sebagai objek. Karena Bali dikenal sebagai provinsi dengan mayoritas penduduk non-Muslim, terutama dalam memahami bagaimana dakwah digital diterima oleh kalangan minoritas Muslim.

Adapun Dari data pra observasi Di sekolah tersebut menunjukkan sebanyak 80% siswa aktif menggunakan media sosial, seperti TikTok. Adapun jangka waktu yang mereka gunakan dalam bermain platform digital tersebut yakni 5 sampai 6 jam per hari. Adapun sebagian besar siswa memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai sarana hiburan dengan mengakses konten yang non edukatif atau mengikuti tren yang sedang populer. Namun beberapa dari mereka juga ada yang menggunakan aplikasi tersebut untuk mengakses

platform edukatif atau melihat konten dakwah yang muncul di beranda For Your Page (FYP) mereka. Meski demikian, beberapa siswa menyatakan respon positif terhadap konten dakwah yang disampaikan secara menarik dan mengangkat tema yang sesuai dengan karakteristik mereka.

Konten dakwah di TikTok bukanlah hal yang asing bagi mereka. Aplikasi ini telah menjadi wadah bagi ribuan konten dakwah yang ditujukan kepada Generasi Alpha. Beberapa siswa mengaku bahwa mereka lebih menyukai konten yang singkat, menghibur, menggunakan bahasa yang ringan, serta memiliki tampilan visual yang menarik. Adapun konten yang menyentuh sisi emosional atau memberikan motivasi ringan akan dianggap lebih menarik oleh mereka.

Efektivitas dakwah di platform TikTok sangat ditentukan oleh kesesuaian kontennya dengan gaya komunikasi yang sesuai dengan Generasi Alpha. Fenomena ini menjadi bukti bahwa pendekatan dakwah digital harus dikemas secara kreatif dan komunikatif agar lebih efektif dalam menjangkau audiens muda seperti Siswa MTS Al-Amin Tabanan. Karena karakteristik mereka mencerminkan generasi yang sangat akrab dengan gadget dan internet. Oleh karena itu, memahami preferensi dan respon Generasi Alpha pada konten dakwah di TikTok merupakan langkah penting dalam menyusun strategi dakwah yang efektif dan sesuai dengan karakteristik mereka.

Dengan adanya latar belakang tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk diteliti, karena memberikan implikasi penting, baik secara teoritis maupun praktisi. Maka dari itu, penulis mengangkat tulisan ilmiah ini dengan judul “Preferensi Dan Respon Generasi Alpha Pada Konten Dakwah Di TikTok: Studi Kasus Siswa MTS Al Amin Tabanan, Bali”. Penelitian ini dilakukan di sekolah MTS Al Amin Tabanan, Bali, yang

bertujuan untuk mengkaji preferensi dan respon mereka terhadap konten dakwah di TikTok.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Preferensi Siswa MTS Al-Amin Tabanan, Bali, terhadap konten dakwah di TikTok ?
2. Bagaimana Respon Siswa MTS Al-Amin Tabanan, Bali, terhadap konten dakwah di TikTok ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan Preferensi siswa MTS Al-Amin Tabanan, Bali terhadap konten dakwah yang mereka temui di TikTok.
2. Untuk mendeskripsikan respon siswa MTS Al-Amin Tabanan, Bali terhadap konten dakwah yang mereka temui di TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi ataupun perbandingan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan terutama dalam ilmu komunikasi dakwah. Selain itu, penelitian ini juga menjadi kontribusi pemikiran bagi pertumbuhan komunikasi dakwah dalam menghadapi permasalahan di kehidupan Generasi Alpha maupun generasi selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktisi

- a) Bagi Peneliti
 - 1) Menambah pengetahuan dalam melakukan penelitian.
 - 2) Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan rujukan pemikiran serta masukan untuk peneliti lain.

- b) Bagi Generasi Alpha
 - 1) Membantu mereka mengenali dan memilih konten dakwah yang sesuai dan membangun nilai keislaman.
 - 2) Meningkatkan literasi digital dan kesadaran beragama secara bersamaan.
- c) Bagi Da'I dan Konten Kreator
 - 1) Menjadi pedoman dalam membuat konten dakwah yang kreatif dan menarik.
 - 2) Membantu menciptakan pesan yang relevan dan relatable.
- d) Lembaga Pendidikan (MTS Al-Amin Tabanan)
 - 1) Mendorong integrasi media digital dalam pembelajaran agama.
 - 2) Menjadi masukan atau saran untuk mengembangkan strategi pendidikan yang efektif dalam penyampaian nilai keislaman.

1.5 Definisi Istilah

a. Konten Dakwah

Secara etimologis konten berarti isi atau muatan dari sesuatu. Sedangkan dakwah berasal dari bahasa arab “da’a-yad’u-da’watan” yang berarti mengajak, menyeru, atau memanggil kepada kebaikan. Jadi konten dakwah dapat diartikan sebagai seluruh bentuk isi pesan yang disampaikan untuk mengajak manusia menuju jalan kebenaran sesuai nilai-nilai Islam. Konten dakwah merupakan bentuk penyampaian nilai-nilai Islam yang dikemas dalam berbagai bentuk media untuk menjangkau umat secara lebih luas dan efektif. Di era digital ini, perubahan gaya hidup masyarakat, terutama generasi muda menuntut pendekatan baru dalam menyampaikan dakwah. Mereka lebih responsive terhadap konten yang bersifat visual, ringkas, dan interaktif. Oleh karena itu, konten dakwah tidak bisa lagi disampaikan hanya melalui mimbar atau

ceramah konvensional, tetapi juga perlu dikemas dalam format yang menarik dan mudah diakses di platform-platform digital seperti TikTok.

b. TikTok

TikTok adalah sebuah platform media sosial berbasis video pendek. TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan penggunanya dapat membuat, mengedit dan membagikan video dengan durasi mulai dari 15 detik hingga 10 menit ataupun lebih. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance dan dengan cepat mendapatkan popularitas di berbagai belahan dunia terutama di kalangan anak-anak remaja. Keunikan TikTok terletak pada algoritma rekomendasi yang sangat personal, Kemudahan antarmuka pengguna, serta beragam fitur kreatif seperti filter, efek suara, musik dan kemampuan untuk melakukan duet dengan video orang lain.⁶

c. Generasi Alpha

Generasi Alpha adalah generasi yang lahir pada tahun 2010 sampai 2025, yang mana mereka adalah generasi yang sepenuhnya tumbuh di era digital dimana teknologi sudah semakin berkembang. Generasi ini dikenal sebagai “Digital Native”, teknologi seperti smartphone, tablet dan internet sudah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Mereka cenderung sangat cepat dalam mengadopsi teknologi baru dan memiliki keterampilan digital yang tinggi sejak usia dini. Generasi Alpha adalah generasi yang unik dimana mereka telah diprediksi akan membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan.

⁶ Azyana Alda Sirait and Muhammad Irwan Padli Nasution, “Efektivitas Platform TikTok Sebagai Media Pembelajaran PAI Berbasis Literasi Digital,” *Dirosat: Journal of Islamic Studies* 9, no. 1 (2024): 83–96.

Mulai dari teknologi dan sains hingga lingkungan sosial. Dengan dukungan yang tepat dan pemahaman yang mendalam tentang tantangan yang mereka hadapi, Generasi Alpha memiliki potensi untuk menciptakan masa depan yang lebih baik dan lebih berkelanjutan.⁷

d. Preferensi

Preferensi adalah kecenderungan atau pilihan seseorang terhadap sesuatu berdasarkan minat, kebutuhan atau nilai yang dianggap lebih disukai dibandingkan dengan alternatif lainnya. Preferensi dapat muncul dalam berbagai aspek kehidupan seperti, makanan, gaya hidup, cara belajar hingga pola konsumsi informasi. Preferensi penting untuk dipahami dalam berbagai bidang. Salah satunya pada dakwah, yang mana hal itu bertujuan agar metode komunikasi dan penyampaian informasi dapat lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik mereka, seperti contoh dalam kehidupan sehari-hari yakni dimana anak-anak di era saat ini lebih menyukai belajar melalui video interaktif daripada membaca buku. Dalam konteks Generasi Alpha preferensi mereka lebih banyak dipengaruhi oleh teknologi digital.

e. Respon

Respon adalah sebuah reaksi atau tanggapan seseorang terhadap suatu stimulus atau rangsangan baik dalam bentuk tindakan, perkataan maupun perubahan sikap. Respon dapat bersifat spontan atau terencana, hal tersebut tergantung pada situasi dan kondisi yang mempengaruhinya. Dalam psikologi respon sering kali dikaitkan dengan bagaimana individu merespon rangsangan dari lingkungan, baik

⁷ Merensiana Hale, "Generation Alpha," *EDULEAD: Journal of Christian Education and Leadership* 3, no. 2 (2022): 240–45.

secara fisik, emosional maupun kognitif. Dalam komunikasi respon menunjukkan bagaimana seseorang menanggapi suatu pesan atau informasi yang diterima. Dalam konteks Generasi Alpha, respon mereka lebih difokuskan pada sebuah informasi dan komunikasi yang mana kebanyakan dipengaruhi oleh teknologi, kecepatan dan format yang interaktif. Respon Generasi Alpha adalah cara mereka dalam menanggapi berbagai rangsangan atau stimulus, baik dalam bentuk komunikasi, informasi, teknologi maupun interaksi sosial.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori-Teori Yang Berkaitan Dengan Penelitian

A. Metode Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara bahasa dakwah berasal dari kata da'a - yad'u'- da'watan yang berarti memanggil, mengajak dan menyeru. Amrulloch Ahmad, sebagaimana dikutip oleh Abdul Basit mengatakan dakwah adalah aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap, dan bertindak manusia pada dataran kenyataan individual dan sosial kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan dengan menggunakan cara tertentu.⁸ Adapun menurut Syukriadi Sambas, dakwah adalah proses internalisasi, transmisi, difusi, intitusionalisasi dan transformasi Islam yang melibatkan unsur da'I, pesan, media, metode, mad'u, tujuan dan respon, serta dimensi ruang dan waktu untuk menunjukkan kehidupan yang khazanah dunia dan akhirat.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa dakwah sebagai metode dalam nilai universalitas Islam adalah kegiatan aktivitas menyeru, mengajak atau menyampaikan ajaran Islam kepada individu atau kelompok dengan tujuan membimbing mereka ke jalan yang benar menurut Syari'at Islam. Dakwah juga berpotensi dilakukan dengan berbagai cara, seperti ceramah,

⁸ Drs. Fakhri. 2014. *Dinamika ilmu Dakwah*. Banda Aceh: Dakwah Ar-Raniry Press.

tulisan, media sosial dan pendekatan interpersonal. Dalam konteks modern dakwah tidak lagi terbatas pada metode konvensional seperti khutbah saja, tetapi kini telah memasuki di dunia digital yang mana para da'I bisa memanfaatkan platform digital dengan baik untuk menyebarkan nilai-nilai Islam.⁹

Metode dakwah adalah cara-cara yang digunakan seorang da'I untuk menyampaikan sebuah pesan dakwah dalam mencapai tujuan dakwah. Secara terperinci metode dakwah dalam Al-Qur'an tercantum pada QS Al-Nahl ayat 125 yang artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan tuhan mu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”

Dari ayat tersebut memaparkan bahwa ada tiga metode yang menjadi landasan dakwah yaitu:

- 1) Hikmah, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga dalam melaksanakan ajaran Islam mereka tidak merasa terpaksa atau keberatan.
- 2) Mauidhah hasanah adalah berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran

⁹ Dalinur M Nur, “Dakwah Teori, Definisi Dan Macamnya,” *Wardah* 12, no. 2 (2011): 135–41.

Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.

- 3) mujadalah yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula dengan menjelekkan yang menjadi mitra dakwah.

2. Model Dakwah

Adapun beberapa model dakwah yang digunakan dalam komunikasi dakwah,¹⁰ yaitu:

1. Model Dakwah Transmedia

Yaitu model dakwah yang memanfaatkan platform digital secara integrasi untuk menyampaikan pesan dakwah. Dimana karakteristik dakwah ini menyebarkan konten dakwah dalam berbagai format di platform yang berbeda-beda tetapi saling berkaitan.

2. Model Dakwah Story Telling Digital (digital narrative dakwah)

Model penyampaian dakwah dengan kisah yang menarik dan relatable. Dimana model ini menggunakan teknik bercerita untuk menyampaikan pesan Islam. Seperti contoh, konten dakwah berbentuk serial animasi Islam dalam kartun *Omar & Hana* dan *Nusa* yang mengajarkan nilai-nilai Islam secara ringan dan menghibur.

3. Model Dakwah Gamifikasi

Yaitu model dakwah yang menggunakan elemen game untuk menarik perhatian pada Generasi Alpha dan untuk meningkatkan keterlibatan generasi tersebut, dikarenakan generasi tersebut terbiasa dengan dunia game

¹⁰ Lina Masruroh, *Pengantar Teori Komunikasi Dakwah (Edisi Revisi)* (Scopindo Media Pustaka, 2021).

dan suka melalui pengalaman interaktif. Contoh, aplikasi *Muslim Pro for Kids* yang mengajarkan do'a dan bacaan Al-Qur'an melalui permainan interaktif.

4. Model Dakwah Berbasis Influencer

Model ini menggunakan figure public atau content creator sebagai pendakwah digital. Yang mana model ini menggunakan pendekatan yang relatable seperti gaya santai, vlog atau challenge. Selain itu, melihat dari perspektif Generasi Alpha yang lebih percaya pada influencer yang mereka ikuti di media sosial dibandingkan sumber otoritatif tradisional.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa dakwah digital merupakan inovasi dalam penyebaran ajaran Islam yang sangat relevan dengan perkembangan zaman. Penerapan model dakwah disini dapat membantu pendakwah memahami audiens, memilih strategi yang tepat serta memaksimalkan dampak dari pesan yang disampaikan.¹¹

B. Generasi Alpha

Generasi Alpha adalah kelompok individu yang lahir mulai tahun 2010 hingga sekitar 2025. Istilah ini pertama diperkenalkan oleh Mark McCrindle, seorang futurology dan peneliti sosial asal Australia. Generasi ini telah tumbuh dimana teknologi telah sangat maju, sehingga cara mereka berkomunikasi, menerima informasi, dan memahami nilai-nilai keagamaan sangat berbeda dibandingkan

¹¹ Yulia Rahmawati et al., "Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur," *Concept: Journal of Social Humanities and Education* 3, no. 1 (2024): 266–79.

generasi sebelumnya.¹² Adapun beberapa karakteristik Generasi Alpha yaitu:

1. Digital native

Generasi Alpha tidak mengenal dunia tanpa internet. Mereka terpapar teknologi sejak usia dini, bahkan sebelum mereka belajar membaca atau menulis. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya digital dengan akses ke internet, media sosial, dan teknologi berbasis AI sejak usia dini.

2. Pentingnya personalisasi

Generasi ini sangat terbiasa dengan pengalaman yang dipersonalisasi, baik dalam aplikasi atau layanan yang mereka gunakan. Mereka lebih suka konten yang sesuai dengan minat dan kebiasaan mereka. Oleh karena itu, dakwah harus disesuaikan dengan karakteristik individu atau kelompok tertentu agar dapat lebih relevan.¹³

3. Kesadaran sosial dan lingkungan yang tinggi

Generasi Alpha memiliki tingkat kesadaran yang sangat tinggi terhadap isu-isu sosial, seperti keadilan, keberlanjutan dan kesetaraan gender. Dakwah yang mengaitkan ajaran agama dengan isu sosial ini dapat lebih resonan dengan mereka. Selain itu, mereka lebih peduli dengan brand

¹² Wa Ode Yahyu Herliany Yusuf et al., “Pengasuhan Ideal Bagi Generasi Alpha,” *ARDHI: Jurnal Pengabdian Dalam Negri* 2, no. 1 (2024): 32–45.

¹³ Wasis Wibowo and Fitria Ayuningtyas, “Generasi Z Sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, Dan Tantangan Baru,” *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)* 5, no. 2 (2024): 90–99.

atau institusi yang memiliki tanggung jawab sosial.¹⁴

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk mempermudah penelitian, tentunya peneliti perlu melakukan perbandingan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang bisa dijadikan relevansi dari judul penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- 1) Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Clara Sinta Pratiwi (2022) dengan judul penelitian “Platform TikTok sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital”.¹⁵ Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana platform TikTok digunakan sebagai media di era digital.

Persamaan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas pemanfaatan platform TikTok dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam di era digital. Kedua penelitian juga menyoroti bagaimana audiens merespon konten dakwah yang disajikan melalui TikTok.

Perbedaan pada penelitian sebelumnya terletak pada fokus dan pendekatan penelitian yang digunakan secara berbeda. Penelitian sebelumnya menganalisis representasi media dakwah di Tiktok melalui analisis semiotik terhadap komentar pada akun @basyamanoo. Sedangkan pada penelitian ini lebih menitik beratkan pada respon dan preferensi

¹⁴ Kulsum Nur Hayati, Diana Monita, and Moh Ferdi Hasan, “Guru Di Era Digital: Inovasi Dan Strategi Pembelajaran Gen Alpha Dan Gen Z” (PT Cipta Gadhing Artha, 2024).

¹⁵ Clara Sinta Pratiwi, “Platform TikTok Sebagai Representasi Media Dakwah Di Era Digital,” *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 2, no. 1 (2022): 50–65.

Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok dengan studi kasus di MTS Al Amin Tabanan.

- 2) Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shafa Tasya Kamilah, Putri Adiniyah Sholehah, Mufti Khairul Zaingan Meity Suryandari (2023) dengan judul penelitian “Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi TikTok di Kalangan Remaja”.¹⁶ Penelitian ini fokus pada perkembangan pemanfaatan aplikasi TikTok dalam konten dakwah digital di kalangan remaja dan mengevaluasi peran TikTok sebagai media yang efektif di era digital.

Persamaan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media untuk konten dakwah. Selain itu, menyoroti tentang peran dan pengaruh konten dakwah di TikTok terhadap generasi muda.

Perbedaan pada penelitian sebelumnya yaitu peneliti sebelumnya menjelaskan tentang representasi TikTok sebagai media dakwah melalui analisis konten yang dikonsumsi oleh remaja secara umum. Sedangkan penelitian ini mengidentifikasi bagaimana respon dan preferensi Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok.

- 3) Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tia Nur Amrina, Zalfa Mufidah, Zidan Khoirul Azmi, dan Meity Suryandari (2023) dengan judul penelitian “Respon Mahasiswa IAI Al-Aziz Dalam Menanggapi Konten Dakwah Islam di Media Sosial TikTok”.¹⁷ Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tentang

¹⁶ Shafa Tasya Kamilah et al., “Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja,” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 50–62.

¹⁷ Tia Nur Amrina et al., “Respon Mahasiswa Iai Al-Aziz Dalam Menanggapi Konten Dakwah Islam Di Media Sosial Tiktok,” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 87–112.

respon mahasiswa IAI Al Aziz pada konten dakwah di media sosial khususnya TikTok. Selain itu, penelitian ini menganalisis tentang pentingnya sikap kritis dalam menyikapi informasi keagamaan di era digital.

Persamaan pada penelitian sebelumnya adalah sama-sama menganalisis bagaimana audiens merespon konten dakwah yang disajikan melalui TikTok. Dan sama-sama bertujuan memberikan rekomendasi atau pemahaman yang dapat meningkatkan efektivitas dakwah melalui media sosial khususnya TikTok.

Perbedaannya adalah peneliti sebelumnya menganalisis tentang respon mahasiswa IAI Al Aziz terhadap konten dakwah Islam di media sosial, dimana kontribusi yang diharapkan agar mereka bisa memahami pengaruh konten dakwah di TikTok terhadap mahasiswa dan memberikan wawasan tentang efektivitasnya. Sedangkan dalam penelitian ini fokus pada respon dan preferensi Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok yang bertujuan untuk memberikan kontribusi baru dalam memahami efektivitas dakwah digital di kalangan Generasi Alpha.

- 4) Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imam Hidayat, Junda Fais Bachtiar, Salma Zain dan Wanda Agilah (2024) dengan judul penelitian “TikTok Sebagai Media Dakwah Di Era Revolusi Society 5.0: Transformasi Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam”.¹⁸ Penelitian ini mengkaji manfaat menggunakan platform TikTok dalam

¹⁸ Junda Fais Bachtiar et al., “TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA REVOLUSI SOCIETY 5.0: TRANSFORMASI DIGITAL DALAM PENYEBARAN NILAI-NILAI ISLAM,” *Merdeka Indonesia Jurnal International* 4, no. 2 (2024): 421–30.

menyampaikan konten dakwah kepada masyarakat luas, terutama Generasi muda.

Persamaan pada kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang pemanfaatan platform TikTok dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah di era digital. Selain itu, kedua peneliti ini juga menganalisis tentang transformasi digital yang dapat mempengaruhi cara penyampaian nilai-nilai Islam melalui media sosial.

Perbedaannya adalah peneliti sebelumnya menganalisis tentang peran TikTok dalam transformasi digital dakwah Islam dan menjelaskan peran TikTok dalam transformasi digital dakwah Islam di era society 5.0. sedangkan penelitian ini menganalisis tentang preferensi dan repon Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok. Selain itu, tujuan penelitian ini untuk memberikan rekomendasi strategi dakwah digital yang efektif untuk generasi tersebut.

- 5) Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salma Humaira Supratman, Hendi Suhendi (2022) dengan judul penelitian “Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan”.¹⁹ Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana memahami aktivitas dakwah yang dilakukan oleh akun tersebut, nilai-nilai keberagamaan yang dimiliki oleh pengikutnya, dan sejauh mana dakwah yang disampaikan efektif dalam meningkatkan nilai-nilai keberagamaan mereka.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni sama-sama menganalisis bagaimana transformasi digital mempengaruhi cara penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial.

¹⁹ Salma Humaira Supratman, Khuza’I Rodliyah, and Hendi Suhendi, “Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan,” *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2022, 9–14.

Kedua penelitian ini bertujuan memberikan rekomendasi atau pemahaman yang dapat meningkatkan efektivitas dakwah melalui media sosial terutama TikTok.

Perbedaan pada kedua penelitian ini terletak pada konteks penelitian. Penelitian terdahulu tidak fokus pada satu platform tertentu, dimana media sosial yang dimaksud bisa mencakup Instagram, Facebook, YouTube, dll. Penekanan bukan pada teknis media, melainkan pada pengaruh pesan dakwah secara umum. Selain itu, penelitian terdahulu menilai sejauh mana konten dakwah di media sosial berkontribusi pada peningkatan nilai keberagamaan saja. Sedangkan penelitian pada skripsi ini meneliti pada satu platform utama dakwah yang diteliti yakni TikTok dan peneliti menggali faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik dan pemilihan konten dakwah oleh Generasi Alpha serta bentuk respon dan preferensi mereka.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link Artikel	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/ Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Clara Sinta Pratiwi (2022) "Platform TikTok sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital"	https://pdfs.semanticscholar.org/422c/739004d7c59c7e5fa81580146d10a96	Menjelaskan representasi TikTok sebagai media dakwah di TikTok melalui analisis	Pendidikan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana platform	Sama-sama membahas pemanfaatan platform TikTok dalam menyampaikan pesan-	Terletak pada fokus penelitian dan pendekatan penelitian yang digunakan secara berbeda.

		a878d.pdf	koment ar pada konten tertentu	analisis teks media dengan memmnggu nakan analisis semiotika model Charles Sanders Piece	TikTok digunakan sebagai media di era digital.	pesan dakwah Islam di era digital.	
2.	Shafa Tasya Kamilah, dkk (2023) “Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi TikTok di Kalangan Remaja”	https://ejurnalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/DALAH/article/download/148/134	Menjela skan represe ntasi TikTok sebagai media dakwah melalui analisis konten yang dikonsu msi remaja	Penelitian ini menggunak an metode pendekatan kualitatif deskriptif. Dimana penelitian ini juga menggunak an metode pendekatan analisis pustaka dengan tinjauan dan pencarian literature pada artikel maupun jurnal yang mengkaji secara terperinci.	Penelitian ini fokus pada perkemban gan pemanfaat an aplikasi TikTok dalam konten dakwah digital di kalangan remaja dan mengevalu asi peran TikTok sebagai media yan efektif di era digital.	Sama- sama membah as tentang pemanfa atan aplikasi TikTok sebagai media untuk konten dakwah.	Perbedaa n pada penelitia n sebelumn ya yaitu peneliti sebelumn ya menjelas kan tentang represent asi TikTok sebagai media dakwah melalui analisis konten yang dikonsu msi oleh remaja secara

							umum. Sedangkan penelitian ini mengidentifikasi bagaimana respon dan preferensi Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok.
3.	Tia Nur Amrina, dkk (2023) “Respon Mahasiswa IAI Al-Aziz Dalam Menanggapi Konten Dakwah Islam di Media Sosial TikTok”	https://ejurnalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/DALAH/article/download/152/138	Mengetahui respon mahasiswa dalam menanggapi konten dakwah Islam di media sosial tikTok	Pendekatan penelitian menggunakan jenis survei kuantitatif.	Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tentang respon mahasiswa IAI Al Aziz pada konten dakwah di media sosial khususnya TikTok.	sama-sama menganalisis bagaimana audiens merespon konten dakwah yang disajikan melalui TikTok. Dan	peneliti sebelumnya menganalisis tentang respon mahasiswa IAI Al Aziz terhadap konten dakwah Islam di media

					Selain itu, penelitian ini menganalisis tentang pentingnya sikap kritis dalam menyikapi informasi keagamaan di era digital.	bertujuan memberikan rekomendasi atau pemahaman yang dapat meningkatkan efektivitas dakwah melalui media sosial khususnya TikTok.	sosial. Sedangkan dalam penelitian ini fokus pada respon dan preferensi Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok
4.	Imam Hidayat, dkk (2024) "TikTok Sebagai Media Dakwah Di Era Revolusi Society 5.0: Transformasi Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam"	https://merdekaindonesia.com/index.php/MerdekaIndonesiaJurnalInternasional/download/226/145	Menjelaskan peran TikTok dalam transformasi digital dakwah Islam di era society 5.0	metode kualitatif deskriptif dengan studi literatur yang berfokus pada pengumpulan, analisis, interpretasi data dari berbagai sumber literatur terkait, seperti jurnal	Penelitian ini mengkaji manfaat menggunakan platform TikTok dalam menyampaikan konten dakwah kepada masyarakat luas, terutama Generasi muda.	sama-sama meneliti tentang pemanfaatan platform TikTok dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah di era digital. dan menganalisis	peneliti sebelumnya menganalisis tentang peran TikTok dalam transformasi digital dakwah Islam dan menjelaskan peran TikTok

				ilmiah, artikel, laporan dan data digital lainnya yang relevan.		tentang transformasi digital yang dapat mempengaruhi cara penyampaian nilai-nilai Islam melalui media sosial.	dalam transformasi digital dakwah Islam di era society 5.0. sedangkan penelitian ini menganalisis tentang preferensi dan respon Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok.
5.	Salma Humaira Supratman, dkk (2022) "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Nilai-	https://scholar.arc.hive.org/work/6k3zydo3zbnglpcbvfttuhfuy4/access	Menjelaskan peran TikTok dalam transformasi digital dakwah Islam di era	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan teori <i>uses and gratification</i>	Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah efektivitas dakwah melalui media sosial TikTok	sama-sama menganalisis bagaimana transformasi digital mempengaruhi	terletak pada konteks penelitian. Penelitian terdahulu tidak fokus pada satu

	Nilai Keberagamaan”.	/wayback/https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/download/748/570	digital		dalam meningkatkan nilai-nilai keberagamaan pada akun TikTok @amaljarah.ku terbukti efektif meningkatkan nilai-nilai keberagamaan followers akun TikTok @amaljarah.ku.	cara penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial dan bertujuan memberikan rekomendasi atau pemahaman yang dapat meningkatkan efektivitas dakwah melalui media sosial terutama TikTok.	platform tertentu Sedangkan penelitian pada skripsi ini meneliti pada satu platform utama dakwah yang diteliti yakni TikTok
--	----------------------	--	---------	--	--	---	---

2.3 Alur Pikir Penelitian

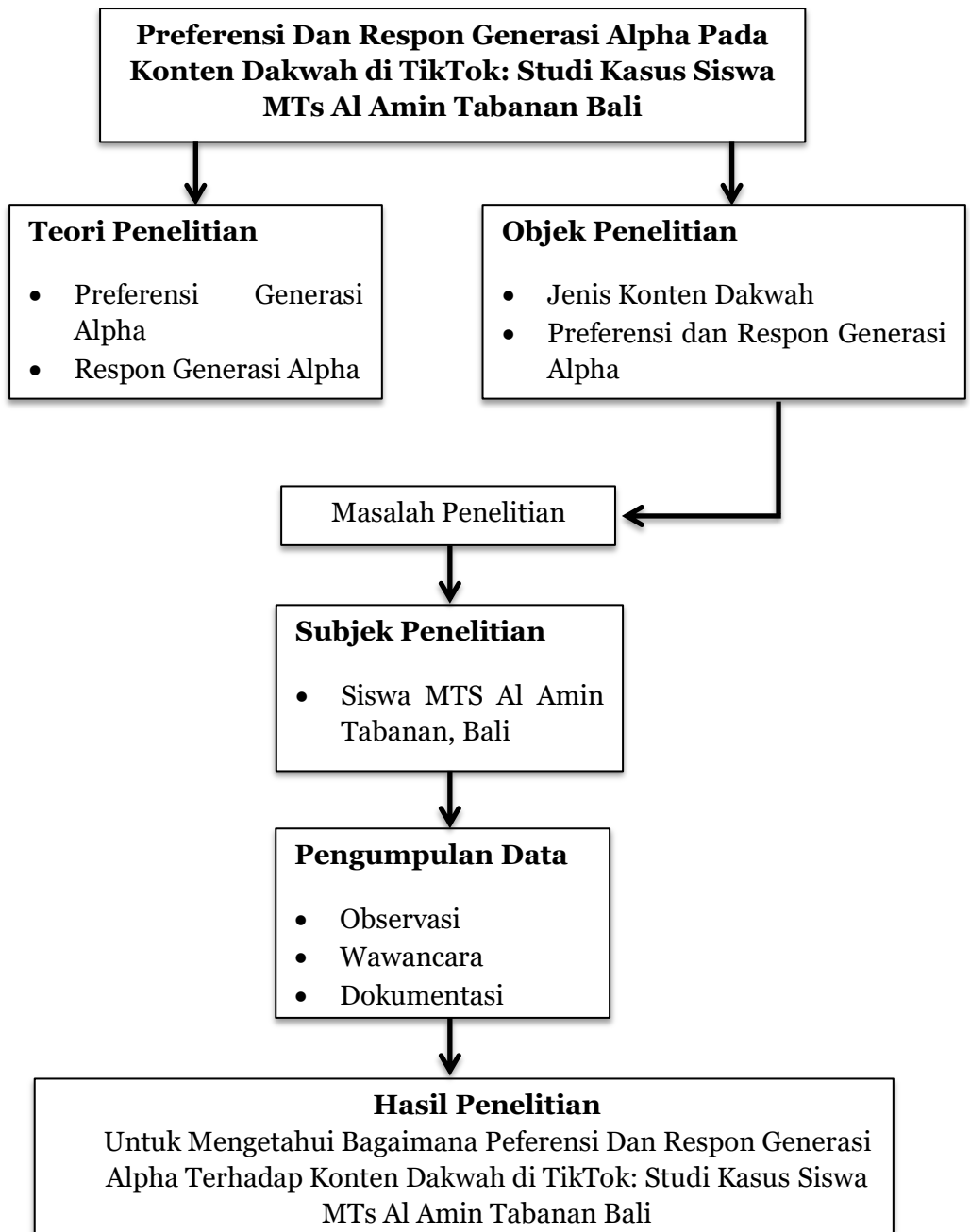
Alur pikir penelitian adalah langkah-langkah sistematis yang menggambarkan bagaimana penelitian dilakukan, mulai dari identifikasi masalah hingga kesimpulan.²⁰ Alur penelitian ini bertujuan untuk memastikan bahwa penelitian berjalan dengan

²⁰ Lestari, P. & Sugiyono. 2021. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Alfabeta, CV

sistematis yang memiliki dasar ilmunan yang kuat dan hasilnya dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta pemecahan masalah yang relevan.

Penelitian ini berangkat dari fenomena perkembangan teknologi dan media sosial seperti TikTok, telah mengubah pola komunikasi Generasi Alpha menjadi pola komunikasi instan dengan memanfaatkan teknologi digital. Dakwah di era digital berpengaruh pada cara Generasi Alpha menerima dan merespon pesan dakwah. Berdasarkan identifikasi masalah penelitian ini dilakukan dengan mengkaji literatur yang relevan mengenai teori komunikasi dakwah, karakteristik Generasi Alpha serta strategi dakwah digital yang telah diterapkan. Kajian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media, metode dan gaya komunikasi yang efektifitas dapat digunakan dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada Generasi Alpha.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang akan dilaksanakan di lapangan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan komunikasi dakwah di era modern serta membantu menciptakan generasi muda yang lebih sadar dan paham terhadap ajaran agama melalui pendekatan yang sesuai dengan gaya hidup mereka.



Gambar 2.1 Alur Pikir penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam preferensi dan respon Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok.²¹ Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi preferensi, pengalaman serta respons subjek penelitian terhadap metode dan media dakwah yang digunakan di era digital. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan eksplorasi dengan fokus pada makna dan interpretasi yang diberikan. Data dikumpulkan melalui teknik seperti wawancara mendalam (in-depth interview), observasi dan dokumentasi.

Metode studi kasus ini dipilih karena fokus penelitian diarahkan pada satu kasus tertentu, yaitu siswa MTs Al-Amin Tabanan, Bali, sehingga data yang didapatkan bersifat spesifik dan mendalam. Dengan studi kasus ini, peneliti dapat memeriksa lebih dalam bagaimana siswa memahami, memilih, dan merespon konten dakwah yang mereka temui di TikTok. Penelitian kualitatif ini tidak mengutamakan generalisasi hasil, akan tetapi lebih menekankan pada pemahaman fenomena yang sedang dikaji.²²

Maka dari itu, peneliti memilih untuk menggunakan metode kualitatif karena menganggap cocok untuk menggali permasalahan dan mengumpulkan data yang berkaitan dengan preferensi

²¹ Dimas Assyakurrohim et al., “Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif,” *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer* 3, no. 01 (2022): 1–9.

²² Dimas Ario Sumilih et al., *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia, 2025).

dan respon Generasi Alpha terhadap konten dakwah di Tiktok. Dengan pendekatan ini peneliti tidak hanya menjelaskan fenomena yang terjadi tetapi juga memberikan wawasan mengenai strategi dakwah yang lebih relevan dengan kebutuhan dan karakteristik Generasi Alpha di era digital.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah MTs Al Amin Tabanan Bali. Yang dipilih berdasarkan relevansinya dengan objek penelitian yaitu Generasi Alpha pada respon dan preferensi mereka mengenai konten dakwah di TikTok. Adapun waktu penelitian dilaksanakan mulai 18 Mei 2025 sampai 22 Juni 2025. Periode waktu ini dipilih untuk memastikan bahwa data yang diperoleh cukup representatif dalam menggambarkan pola komunikasi dakwah yang berlangsung serta preferensi Generasi Alpha dalam menerima keagamaan.

3.3 Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai instrument utama yang secara langsung terlibat dalam proses pengumpulan data dan analisis data. Peneliti hadir secara langsung di lapangan untuk mengamati, mencatat, dan mewawancarai informan untuk mendapatkan data yang asli dan mendalam. Kehadiran peneliti di lokasi penelitian memungkinkan observasi mendalam terhadap preferensi dan respon Generasi Alpha pada konten dakwah di TikTok yang berlangsung, serta interaksi langsung dengan partisipan untuk memahami respon dan preferensi mereka terhadap berbagai metode dakwah.

Selama proses penelitian, peneliti berusaha membangun hubungan yang baik dengan partisipan, guna menciptakan suasana yang nyaman dan terbuka selama proses wawancara agar informan dapat menyampaikan pendapat, pengalaman, dan perasaannya

secara jujur. Selama penelitian berlangsung, peneliti membawa prinsip etika penelitian dengan menjaga kerahasiaan identitas informan, meminta persetujuan sebelum wawancara, dan memastikan bahwa partisipasi informan bersifat sukarela. Selain itu, kehadiran peneliti dalam penelitian ini bertujuan untuk memastikan validitas data yang diperoleh dengan melakukan triangulasi sumber serta mencatat temuan secara sistematis agar analisis yang dilakukan dapat memberikan hasil yang akurat dan bermakna.

3.4 Subjek Penelitian (Informan)

Subjek penelitian ini adalah individu atau kelompok yang memiliki keterkaitan langsung dengan konten dakwah di TikTok pada Generasi Alpha. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja dengan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.²³ Informan utama adalah siswa MTs Al-Amin Tabanan yang tergolong Generasi Alpha. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria tertentu, seperti frekuensi penggunaan TikTok, keterlibatan dalam aktivitas keagamaan di sekolah, dan kesediaan menjadi bagian dari penelitian. Jumlah informan dalam penelitian ini bersifat fleksibel dan ditentukan berdasarkan prinsip *saturation point*, yaitu data yang diperoleh dianggap cukup dan tidak ditemukan informasi baru yang signifikan.

3.5 Data Dan Sumber Data

Data penelitian merupakan keterangan atau bahan yang bisa dijadikan sebagai dasar kajian atau analisis data penelitian dan simpulan dalam suatu penelitian. Sedangkan sumber data utama dalam penelitian kualitatif menurut Lofland dalam buku

²³ Prof. Dr. Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Moleong adalah perkataan atau tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen, profil dan lain-lain.²⁴ Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari subek pertama untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data tersebut diperoleh langsung dari subjek penelitian melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Responden utama dalam penelitian ini adalah Siswa MTs Al-Amin Tabanan dan pihak sekolah yang berperan penting dalam memberikan preferensi dan respon mereka pada konten dakwah di TikTok.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan bukan secara langsung oleh peneliti, melainkan diperoleh dari sumber yang sudah ada dan telah terdokumentasi sebelumnya. Data berupa informasi yang dikumpulkan dari berbagai dokumen pendung. Seperti profil sekolah, dokumentasi, buku, jurnal, artikel, dan laporan penelitian sebelumnya. Data ini digunakan untuk memperkuat analisis data dan memberikan landasan teori dalam penelitian. Dalam hal ini, referensi yang peneliti gunakan adalah dokumentasi seperti foto-foto atau berkas kegiatan lainnya. Dengan menggunakan kedua jenis data ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lengkap tentang preferensi dan respon Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok.

²⁴ S Pd Herdayati, S Pd, and S T Syahrial, "Desain Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian," *ISSN 2502-3632 ISSN 2356-0304 J. Online Int. Nas. Vol. 7 No. 1, Januari–Juni 2019 Univ. 17 Agustus 1945 Jakarta* 53, no. 9 (2019): 1689–99.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dimana semuanya bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai dinamika komunikasi dakwah pada Generasi Alpha, khususnya dalam hal preferensi dan respon mereka terhadap dakwah.²⁵ Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian, yaitu:

1) Observasi

Observasi adalah pengamatan secara langsung kepada suatu objek penelitian.²⁶ Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung perilaku dan interaksi Generasi Alpha terkait dengan konten dakwah di TikTok. Peneliti akan mencatat kebiasaan, sikap, dan perilaku siswa saat membahas media sosial, terutama TikTok.

Observasi ini bersifat non-partisipasif, yaitu peneliti hadir sebagai pengamat tanpa ikut terlibat dalam aktivitas siswa. Data dari observasi akan ditulis dalam bentuk catatan lapangan, yang kemudian dianalisis untuk mengetahui pola-pola perilaku siswa terkait preferensi dan respon mereka terhadap konten dakwah di TikTok.

2) Wawancara

Wawancara atau interview adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada seorang informan atau otoritas (seorang ahli atau yang berwenang dalam suatu masalah).²⁷ wawancara mendalam dilakukan

²⁵ Prof. Dr. Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D: Teknik Pengumpulan Data*. Bandung: Alfabeta, CV.

²⁶ Muhammad Makbul, "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian," 2021.

²⁷ H Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021).

dengan sejumlah informan mewakili Generasi Alpha, serta para pelaku dakwah yang ikut serta dalam menyampaikan pesan kepada mereka. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi tentang preferensi mereka terhadap konten dakwah di Tiktok, tingkat pemahaman mereka serta respon emosional mereka terhadap konten dakwah tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur dengan menggunakan pertanyaan yang telah disiapkan dan juga semi-terstruktur yang digunakan untuk memberikan kebebasan kepada informan dalam mengungkapkan pandangan mereka. Wawancara ini dilakukan dengan persetujuan informan, dan hasil yang didapatkan akan dicatat atau direkam untuk memastikan data yang diperoleh akurat.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus, dari karangan atau tulisan, wasiat, buku, undang-undang dan lain sebagainya. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari observasi dan wawancara. Dokumentasi ini berguna untuk menguatkan keabsahan data dan memberikan bukti visual atau tertulis mengenai femonema yang diteliti. Selain itu, dokumentasi membantu peneliti mendapatkan gambaran lebih luas tentang penggunaan TikTok sebagai sarana dakwah di kalangan siswa MTs Al-Amin, Tabanan.

3.7 Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menerapkan beberapa teknik validasi yang umum digunakan dalam penelitian

kualitatif.²⁸ Dalam penelitian ini keabsahan data dijaga melalui berbagai teknik untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh valid, reliable dan dapat dipertanggung jawabkan. Karena keabsahan data merupakan standar kebenaran suatu data hasil penelitian yang lebih menekankan pada data atau informasi dari sikap dan jumlah orang.

Teknik triangulasi adalah teknik dalam penelitian yang digunakan untuk meningkatkan validitas dan akurasi hasil penelitian dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber atau menggunakan berbagai metode untuk memverifikasi temuan penelitian.²⁹ Adapun triangulasi data yang digunakan oleh peneliti meliputi :

1) Triangulasi Sumber

Teknik ini melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber untuk melihat bagaimana hasil yang diperoleh apakah konsisten di semua sumber atau tidak. Hal ini bertujuan untuk melihat kesesuaian data dari berbagai sudut pandang.

2) Triangulasi Teknik

Strategi pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik dalam satu metode. Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam metode yang sama untuk menggali informasi yang lebih mendalam dan meningkatkan validitas data. Misalnya data yang telah diperoleh melalui wawancara mendalam kepada informan A terkait preferensi dan respon Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok, maka dilakukan pengecekan informasi kembali melalui observasi

²⁸ M Husnullail and M Syahrani Jailani, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah," *Jurnal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): 70–78.

²⁹ Tjutju Soendari, "Pengujian Keabsahan Data Penelitian Kualitatif," *Bandung: Jurusan PLB Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia*, 2012.

ataupun dokumentasi kepada informan A tersebut, maupun sebaliknya. Hal ini bertujuan untuk memastikan data yang valid dan relevan, selain itu juga untuk meningkatkan keakuratan data dalam penelitian. Dengan demikian hasil penelitian akan lebih kuat, komprehensif dan dapat dipercaya.

3.8 Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan dari sebelum terjun ke lapangan, selama di lapangan, dan setelah dari lapangan. Stainback mengemukakan bahwa analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif. sehingga hipotesis dapat dikembangkan dan dievaluasi³⁰. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara preferensi dan respon mereka terhadap konten dakwah di TikTok. Proses analisis data dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1) Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai membuang hal-hal yang dianggap tidak diperlukan dalam penelitian. Adapun peneliti memilih, menyaring, dan merangkum data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang tidak sesuai dengan fokus penelitian akan dikelompokkan terpisah. sedangkan data yang sesuai dengan fokus penelitian akan dianalisis lebih lanjut untuk menemukan sebuah pola atau tema tertentu terkait preferensi dan respon Generasi Alpha terhadap konten dakwah di Tiktok.

2) Penyajian Data

Hasil analisis data akan disusun dalam bentuk teks deskriptif, tabel sederhana, atau dengan

³⁰ Rika Octaviani and Elma Sutriani, "Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data," 2019.

kutipan langsung dari informan untuk memudahkan pembacaan dan pemahaman. Penyajian data ini dilakukan agar temuan lapangan dapat dibaca secara runtut dan logis, sehingga mendukung proses interpretasi.

3) Menggambarkan Kesimpulan

Setelah data disusun dan dijelaskan, dilakukan interpretasi untuk menemukan pola, makna dan ketertarikan antara teori yang digunakan dengan temuan di lapangan. Kesimpulan yang diperoleh bersifat sementara dan terus dikaji hingga diperoleh hasil yang akurat dan data dipertanggung jawabkan. Dengan demikian, kesimpulan yang diperoleh bersifat valid dan menggambarkan realitas di lapangan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Data Lapangan

A. Profil Bedirnya Madrasah Tsanawiyah (MTs) Al-Amin Tabanan, Bali

Madrasah Tsanawiyah Al Amin Tabanan Bali merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang berada di tengah-tengah kota Tabanan, belakang Taman Makam Pahlawan Pancaka Tirta Tabanan. Tepatnya di Desa Delod Peken, Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan. Dan area madrasah tersebut dikelilingi oleh rumah warga yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Dimana madrasah tersebut berada di bawah naungan Yayasan Al Amin Tabanan, yang mana pembangunan tersebut di bantu oleh notaris Herry Yudhianto Putro, S.H.

Madrasah Tsanawiyah Al Amin Tabanan didirikan pada tahun 2002 oleh bantuan warga sekitar, yang di latar belakang oleh keinginan masyarakat Tabanan dan sekitarnya. Dimana mereka meminta untuk dibangun tempat sekolah yang bernuansa Islami di tengah-tengah kota Tabanan. Hal tersebut bertujuan agar murid lulusan MI, terutama MI Al Amin Tabanan tidak bingung dalam mencari sekolah kelanjutan mereka dan dapat melanjutkan pendidikan mereka ke jenjang Sekolah Menengah Pertama yang bernuansa Islami. Selain itu, berdirinya MTs Al Amin Tabanan juga didorong oleh salah satu cita-cita pendiri yayasan Al Amin agar yayasan Al Amin Tabanan menjadi Islamic Center di Kabupaten Tabanan.

MTs Al Amin Tabanan adalah sebuah madrasah yang berada di bawah naungan Yayasan Al Amin Tabanan, yang letak lumayan strategis karena terletak di tengah-tengah kota. MTs Al Amin berdiri

pada tahun 2002 dengan no SK Ww/B/II-d/PP.00.5/29.02-c/2002 dari Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi Bali. Kepala sekolah MTS Al Amin Tabana pertama adalah **H. Rifan, S.Ag.**, selama 2 tahun (2002-2004), dilanjutkan dengan **Umaiyyah, S.PdI.**, yang menjabat selama 6 tahun (2004-2010), kemudian digantikan dengan **Amron Sudarmanto, S.Pd.M.A.**, selama 7 tahun (2010-2017), kemudian selanjutnya mulai tahun 2017-2019 MTS Al Amin Tabanan dipimpin oleh **Dedi Kusnadi, S.Pd.**, selanjutnya mulai tahun 2019-2024 dipimpin oleh **Luluk Isrofiyah, S.E.**, dan mulai tahun 2025 dipimpin oleh **Syirlya Nurlila, S.Pd.**

Dalam suatu lembaga pendidikan pasti tidak akan lupa akan sebuah visi dan misi yang dibuat untuk mengembangkan dan memajukan lembaga tersebut. Sama halnya seperti MTs Al Amin tabanan yang memiliki visi dan misi untuk lembaga pendidikannya. Dimana visi mereka adalah menjadikan Madrasah Tsanawiyah Al Amin Tabanan sebagai madrasah yang dapat membangun generasi qur'ani yang unggul dan berwawasan IPTEKS. Sedangkan misi mereka adalah mewujudkan dan mencetak generasi yang cinta Al-Qur'an, terampil, mandiri dan mampu bersaing secara global dengan berperilaku Islami. Selain itu, salah satu misi mereka adalah mengembangkan madrasah dengan berbasis iman, ilmu, seni dan teknologi.

B. Identitas Madrasah

Nama Sekolah: : MTs Al-Amin Tabanan
 No. Statistik Sekolah : 1212251023003
 A (*BAN-S/M Pusat,*
 Akreditasi : *Jakarta No: 1589/BAN-SM/SK/2022)*

Alamat Sekolah : Jalan Rama Gangn I No. 1
 : (Desa/Kelurahan) Delod
 : Peken
 : (Kecamatan) Tabanan
 : (Kabupaten) Tabanan
 : (Provinsi) Bali
 Telepon : -
 Kode Pos : 82113
 Status Sekolah : Swasta
 NPWP : 02.2788.793.4.908.000
 Nama Kepala : Syilya Nurlila, S.Pd
 No Telpon/HP : 085737180196
 Nama Yayasan : Yayasan Al-Amin Tabanan
 Alamat Yayasan : Jalan Rama Gang I No. 1
 : Delod Peken Tabanan
 No. Telepon : 081338971719
 Yayasan : Akta Notaris Herry
 No. Akte Pendiri : Yudhiyanto Putro, S.H Nomor
 Yayasan : 5 Tahun 2008
 Kepemilikan : Yayasan
 Tanah :
 Status Tanah : Hak Milik
 Luas Tanah : 1.570 m
 Status Bangunan : Yayasan
 Luas Bangunan : 500 m

C. Data Guru, Karyawan, Dan Siswa

1. Data Guru dan Karyawan

Guru merupakan salah satu bagian yang integral dalam keseluruhan proses belajar mengajar. Guru atau pendidik merupakan salah satu komponen pendidikan yang harus ada dalam proses kegiatan belajar, mengajar, dengan tersedianya para guru atau pendidik maka proses belajar mengajar dapat dilaksanakan. Di Madrasah Tsanawiyah (MT) Al-Amin Tabanan,

jumlah keseluruhan guru atau tenaga pendidik tahun ajaran 2024/2025 adalah 18 orang yang terdiri dari 10 orang guru perempuan dan 8 orang guru laki-laki yang semuanya merupakan lulusan Sarjana (S-1). Untuk lebih jelasnya tentang data guru dan pegawai di MTs Al-Amin Tabanan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1 Data Guru MTs Al Amin Tabanan

NO	NAMA	PENDIDIKAN	JABATAN
1.	Syirlya Nurlila, S.Pd	S1	Kepala Sekolah
2.	Eighty Risa Octarini, S.S	S1	Wakakur
3.	Nasihani, S.Pd	S1	Wakasis
4.	Zulfianhadi, S.Kom.I	S1	Waka Humas
5.	Agus Ruslan, S.Pd	S1	Waka Sarpras
6.	Danu Chandra Kurniawan, S.IP	S1	TU
7.	Nurfaidah, S.Pd	S1	Wali Kelas VII A
8.	M.Fany Fachrulsyah, S.Pd	S1	Wali Kelas VII B
9.	Rosi Prima Lestari, S.Pd	S1	Wali Kelas VII C
10.	M. Nabila Irfan, S.Pd	S1	Wali Kelas Viii A
11.	Nahjul Istiqomah, S.Pd	S1	Wali Kelas Viii B
12.	Rr. Putri Sarita Andjani, S.Pd	S1	Wali Kelas Viii C
13.	Annisa Inna Fadilah, S.Pd	S1	Wali Kelas XI A
14.	Achmad Alfi Alfandi, S.Kom	S1	Wali Kelas XI B
15.	Hadi Suprayitno, S.PdI	S1	Wali Kelas XI C
16.	Sumartono, S.H	S1	Guru
17.	Ilham Rhman, S.Pd	S1	Guru Honor
18.	Sekar Ayu Pinilih, S.Pd	S1	Guru Tidak Tetap
19.	Dwi Jayanti, S.Pd	S1	Guru Honor
20.	Siti Nurul Qomariyah, S.Pd	S1	Guru Honor
21.	Heri	SMA	CS
22.	Saepullo	SMA	Satpam

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar guru selain mengajar juga mendapat jabatan yang tidak kalah pentingnya di madrasah dan hal tersebut dapat mempengaruhi kelancaran proses belajar mengajar.

Selain tenaga pendidik atau guru, kelancaran dan kebersihan suatu pendidikan sangat ditentukan oleh peran serta karyawan. Kelancaran pendidikan di sekolah tidak terlepas dari administrasi yang baik, teratur serta terencana. Yang dimaksud pegawai pada unit pelaksanaan teknis Madrasah tsnawiyaah (MTs) Al Amin Tabanan adalah seluruh karyawan sekolah di antaranya Tata Usaha (TU), bendahara, tenaga kebersihan dan tenaga keamanan.

2. Data Siswa

Data siswa di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Al Amin Tabanan tahun 2024/2025 yang berjumlah 280 orang ini menempati 9 ruang kelas yang masing-masing perkelas antara 28 sampai 35 orang. Untuk lebih jelasnya mengenai keadaan jumlah siswa Madrasah Tsanawiyah (MTs) Al Amin Tabanan dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2 Data Siswa MTs Al-Amin Tabanan

No	Kelas	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1.	VII A	14	19	33
2.	VII B	15	20	35
3.	VII C	12	19	31
4.	VIII A	14	16	30
5.	VIII B	14	15	29
6.	VIII C	16	18	34
7.	XI A	14	16	30
8.	XI B	15	17	32

9.	XI C	12	14	28
	Total	126	154	280

4.2 Verifikasi Data Lapangan

A. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah siswa-siswi MTs Al Amin Tabanan yang tergolong dalam kategori Generasi Alpha, yaitu mereka yang lahir pada rentang tahun 2010 ke atas. Pemilihan responden ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin mengetahui preferensi Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok sebagai salah satu platform digital yang populer dikalangan remaja.

Penentuan jumlah responden menggunakan pendekatan purposive sampling, yaitu teknik pemilihan subjek berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, responden dipilih berdasarkan kriteria :

- 1) Siswa aktif MTS Al Amin Tabanan,
- 2) Berusia antara 12-15 tahun
- 3) Memiliki akun TikTok
- 4) Pernah atau sering mengakses konten dakwah di TikTok
- 5) Responden berasal dari anak luar yang tidak menetap di pesantren.

Total responden yang berhasil dihimpun berjumlah 162 orang, yang terdiri dari siswa kelas VII dan VIII. Berikut ini adalah rincian distribusi responden berdasarkan jenjang kelas :

Tabel. 4.3 Jumlah Responden Siswa MTS Al-Amin

KELAS	JUMLAH RESPONDEN
VII	69 Siswa
VIII	93 Siswa
Total	162 Siswa

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa komposisi responden relative seimbang dari setiap jenjang kelas. Sehingga dapat memberikan representasi yang cukup proposional untuk menggambarkan pola preferensi konten dakwah di TikTok pada siswa MTS Al Amin Tabanan secara menyeluruh.

Selain itu, peneliti juga mencatat beberapa data demografis pendukung, seperti tingkat intensitas penggunaan TikTok. Berdasarkan hasil survey lapangan sebanyak 102 dari responden adalah siswa perempuan, sementara 67 responden lainnya adalah siswa laki-laki. Sebanyak 135 siswa mengaku menggunakan TikTok setiap hari, baik untuk hiburan maupun untuk mengakses konten keagamaan termasuk dakwah.

B. Preferensi Siswa MTS Al-Amin Tabanan

Generasi Alpha, yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital menunjukkan pola konsumsi media yang berbeda dibanding generasi sebelumnya. Mereka cenderung menyukai konten yang bersifat visual, cepat diserap, dan mengandung unsur hiburan. TikTok sebagai platform berbasis video pendek, menjadi salah satu aplikasi yang paling sering digunakan oleh siswa MTs Al-Amin Tabanan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, peneliti menemukan bahwa ketertarikan siswa terhadap konten dakwah di TikTok sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Seperti cara penyampaian pesan, tampilan visual editing yang menarik, hingga tema yang relatable atau sesuai dengan kehidupan sehari-hari.

Pada umumnya, para siswa lebih tertarik pada konten yang disajikan dengan cara sederhana, berdurasi singkat yakni 30-60 detik, memiliki visual

yang menarik, serta menggunakan bahasa santai yang sesuai dengan bahasa mereka. Selain itu, beberapa siswa menyampaikan bahwa mereka lebih menyukai konten dakwah yang dilengkapi dengan musik latar yang dapat menyentuh hati, serta subtitle yang mudah dibaca.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan beberapa siswa MTs Al Amin Tabanan sebagai subjek penelitian. Ditemukan bahwa mayoritas siswa menunjukkan preferensi yang tinggi terhadap konten dakwah di TikTok yang memiliki unsur visual yang kuat, durasi singkat, dan penyampaian yang santai namun tetap bermakna. Mereka menyukai video dakwah yang dibuat dengan elemen humor, cerita pendek, animasi, atau gaya penyampaian yang tidak terlalu formal. Seperti yang dikatakan oleh Badriyah siswa kelas VII pada saat di wawancarai oleh peneliti, mengatakan bahwa :

*“ Saya suka menonton dakwah di TikTok karena video nya pendek dan langsung ke intinya. Apalagi kalau lucu, bikin saya inget sama isi pesannya. Tapi kalo terlalu panjang dan bertele-tele biasanya langsung saya skip ”.*³¹

Dari paparan tersebut informan menjelaskan bahwasannya konten dakwah yang disebarkan oleh da'I melalui TikTok adalah video yang berdurasi pendek dan konten visual audio yang menarik. salah satu poin penting yang ditekankan oleh informan adalah konten creator atau da'I yang memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah harus memahami karakteristik Generasi tersebut tentang konten apa yang sering mereka konsumsi agar dapat perhatian yang lebih baik.

³¹ Wawancara dengan siswa MTs Al-Amin Tabanan Badriyah, Pada Tanggal 20 Mei 2025

Kemudian, dalam wawancara yang lain, Ula Rasyidatul Khoirunnia juga memaparkan bahwa:

“Hal yang membuat saya senang melihat konten dakwah di TikTok, karena isi pesan yang disampaikan menggunakan bahasa gaul tidak kaku. Namun tetap jelas dan baik”.³²

Selain itu siswa lain juga mengungkapkan bahwa :

“Saya sangat suka konten dakwah yang berbentuk motivasi atau membawakan tema yang sesuai dengan generasi saat ini. Apalagi konten tersebut disampaikan dengan jelas, menggunakan bahasa gaul dan tidak kaku, namun tetap jelas dan baik”.³³

Dalam pelaksanaan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, pada hasil verifikasi menunjukkan bahwa Generasi Alpha memiliki preferensi tertentu dalam mengonsumsi konten dakwah di TikTok. Dimana hal tersebut berkaitan dengan gaya penyampaian, durasi video, bentuk visual video dan relevansi isi terhadap kehidupan mereka. Adapun beberapa faktor penentu preferensi konten dakwah di TikTok menurut hasil verifikasi, yaitu :

1) Gaya Penyampaian

Sebagian besar siswa MTs Al Amin Tabanan menyatakan bahwa mereka lebih menyukai konten dakwah yang disampaikan dengan gaya santai, tidak monoton dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Konten dakwah yang menggunakan bahasa kekinian atau tutur gaya

³² Wawancara dengan siswa MTs Al-Amin Tabanan Ula Rasyidatul Khoirunnia, Pada tanggal 20 Mei 2025

³³ Wawancara dengan siswa MTs Al-Amin Tabanan Isma Yoga Pratama, Pada tanggal 21 Mei 2025

yang sesuai dengan dunia remaja akan lebih mudah diterima oleh mereka.

Seperti yang dijelaskan oleh Valent Wafi Febriansyah, siswa kelas VII MTs Al Amin Tabanan:

“Saya tertarik dengan konten dakwah ketika dai memiliki gaya penyampaian yang menarik dan bahasa yang digunakan mudah dimengerti tidak bertele-tele”.³⁴

Rizky Pratama W, siswa kelas VIII juga mengungkapkan bahwa:

“Saya sangat menyukai model penyampaian pesan dakwah Ustaz Adi Hidayat. Karena model penyampaian beliau tidak pernah membosankan walau gaya ceramahnya terkesan formal dan padat, akan tetap pesan yang disampaikan tetap relevan untuk kita yang termasuk Generasi Alpha”.³⁵

2) Visual Editing yang menarik

Faktor visual sangat berpengaruh dalam menarik perhatian Generasi Alpha. Konten dakwah dengan desain yang menarik, musik latar yang sesuai dan durasi yang singkat akan lebih disukai mereka, karena dianggap tidak membosankan. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Alpha khususnya siswa MTs Al Amin memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas produksi. Sebagaimana mereka terbiasa dengan konten kreatif di media sosial. Seperti yang disampaikan oleh salah satu siswa MTs kelas, yaitu:

“Menurut pendapat saya konten dakwah yang di sampaikan melalui TikTok akan

³⁴ Wawancara dengan siswa MTs Al-Amin Tabanan Valent Wafi Febriansyah, Pada tanggal 21 Mei 2025

³⁵ Wawancara dengan siswa MTs Al-Amin Tabanan Rizky Pratama W, Pada tanggal 21 Mei 2025

*menjadi lebih menarik, ketika di lengkapi dengan baground yang keren serta lagu yang menarik”.*³⁶

3) Figur Tokoh Da'i

Nama atau popularitas pembuat konten juga menjadi faktor penentu. Responden lebih memperhatikan konten dakwah yang dibuat oleh kreator yang mereka kenal, baik dari segi kepribadian, gaya penyampaian maupun followers yang banyak. Tokoh-tokoh seperti Ustaz Adi Hidayat, Gus Iqdam, Habib Ja'far juga bisa membuat Generasi Alpha tertarik untuk terus menonton konten dakwah di TikTok. Adapun salah satu siswa mengatakan bahwa :

*“Saya suka konten dakwah yang disampaikan oleh gus Iqdam. Karena penjelasan yang beliau sampaikan bikin hati saya tenang, seakan akan setiap masalah yang saya punya tu selalu ada solusi nya”.*³⁷

4) Relatable atau Sesuai Dengan Kehidupan Sehari-Hari

Dalam hal ini konten dakwah yang dimaksud harus memiliki sebuah tema yang membahas tentang keseharian Generasi Alpha. Seperti pergaulan, pembulian dan hubungan sosial. Dimana tema yang digunakan adalah tema yang lebih diminati dan yang lebih relevan untuk mereka. Selain itu pesan dakwah yang dikaitkan dengan pengalaman hidup remaja lebih mudah dicerna dan diterima.

Dalam hal tersebut di jelaskan bahwa Preferensi Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok tidak hanya ditentukan oleh isi pesan

³⁶ Wawancara dengan siswa MTS Al-Amin Tabanan Rendra Puji Pangestu, Pada tanggal 21 Mei 2025

³⁷ Wawancara dengan siswa MTS Al-Amin Tabanan Muhammad Faris, Pada tanggal 21 Mei 2025

keagamaan saja. Akan tetapi, juga oleh cara penyampaian, tampilan visual, ketertarikan emosi dan interaktivitas yang sesuai dengan karakter dan kebiasaan digital mereka. Selain itu, mereka juga mengungkapkan preferensi mereka tentang ketidaksukaan terhadap konten dakwah yang cenderung menyindir berlebihan, menakut-nakuti dengan azab secara langsung, atau menyalahkan perilaku remaja secara eksplisit. Karena mereka lebih menyukai pendekatan yang halus, membangkitkan semangat, serta mengajak kepada kebaikan melalui cara yang positif dan membangun.

Maka dari itu, para da'I perlu mempertimbangkan faktor-faktor tersebut agar pesan dakwah yang disampaikan berjalan efektif dan berdampak pada generasi muda.

C. Respon Siswa MTs Al-Amin Tabanan

Generasi Alpha dikenal sebagai generasi yang sangat dekat dengan teknologi sejak usia dini. Mereka hidup dalam lingkungan digital yang sudah berkembang dengan sangat pesatnya. Sehingga interaksi mereka dengan konten keagamaan banyak terjadi melalui platform media sosial salah satu nya pada platform Tiktok.

Dalam verifikasi Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok dilakukan untuk mengetahui sejauh mana konten-konten tersebut memberikan pengaruh. Baik secara kognitif (pengetahuan), afektif (emosi dan perasaan), serta konatif (tindakan dan sikap) pada siswa-siswi MTs Al Amin Tabanan sebagai bagian dari Generasi Alpha³⁸.

³⁸ Noor Bkti Negoro, "Respon Remaja Terhadap Video Dakwah Source of Happiness Pada Akun Instagram Ustadzah Haneen Akira" (Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, n.d.).

Adapun tiga respon tersebut termasuk dalam teori hierarki efek yang dikemukakan oleh Lavidge dan Steiner (1961) dalam konteks periklanan dan komunikasi pemasaran. Teori tersebut menjelaskan tahapan progres psikologis audiens dalam menerima dan memproses, hingga merespon suatu pesan komunikasi, termasuk dalam konteks dakwah atau pesan sosial.

Lavidge dan steiner berpendapat bahwa perubahan sikap atau perilaku seseorang tidak terjadi secara instan. Akan tetapi melalui tahapan bertahap (hierarkis), mulai dari tahap kognitif, afektif, hingga konatif. Model ini sering digambarkan sebagai piramida atau tangga, di mana audiens harus melewati setiap tahap untuk mencapai suatu tindakan. Adapun penjelasan ketiga aspek tersebut yaitu :

1) Respon kognitif

Respon Kognitif adalah reaksi atau tanggapan seseorang yang bersifat mental atau intelektual terhadap suatu informasi, pesan atau stimulus yang diterima. Respon ini berkaitan dengan proses berpikir, memahami, menilai, mengingat, dan menyimpulkan sesuatu. Dalam konteks dakwah, respon kognitif ini mencerminkan tentang seberapa jauh audiens memahami isi pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i. Baik itu melalui ceramah maupun media digital seperti TikTok.

Respon kognitif berkaitan dengan pemahaman siswa terhadap materi dakwah yang disampaikan melalui konten dakwah di TikTok. Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa menyerap pengetahuan baru mengenai konten dakwah tersebut di TikTok, seperti :

- a) Pergaulan remaja dan pencegahan pembullying terhadap teman.
- b) Motivasi Ibadah dan pengingat akhirat. Dimana konten ini menjelaskan untuk selalu mendekatkan diri kepada Allah atau mengingatkan pentingnya akhirat.
- c) Toleransi dan etika sosial yang menyampaikan pesan toleransi antar agama atau sesama, menghargai perbedaan dan sikap ramah terhadap agama lain.

Hal tersebut menunjukkan bahwa TikTok sebagai media visual audio sangat efektif dalam menyampaikan konten dakwah. Karena bersifat edukatif dan menggunakan gaya yang cocok dengan karakter generasi Alpha yang visual dan cepat dalam menangkap informasi.

Bahkan beberapa siswa mampu mengingat dalil, hadits atau pesan utama dari konten dakwah yang mereka tonton. Mereka menilai TikTok sebagai platform yang memudahkan mereka dalam memahami masalah keagamaan secara cepat dan sederhana, terutama dalam hal penyampaian yang ringan dan menggunakan bahasa yang dekat dengan kehidupan mereka.

“Terkadang ketika di sekolah dijelaskan tentang do’a sehari-hari terus di suruh hafalin tu susah banget hafalinnya. Tapi ketika saya lihat TikTok dan ada yang menjelaskan tentang do’a sehari-hari saya malah lebih mudah mengingat dan menghafal nya”³⁹

Selain itu, Nabila Putri Lefriyanda siswa kelas VII juga mengungkapkan bahwa:

³⁹ Wawancara dengan siswa MTS Al-Amin Tabanan Rizky Pratama W, Pada tanggal 20 Mei 2025

*“Adanya konten dakwah di TikTok membantu saya untuk memahami tentang keagamaan yang belum saya ketahui. Karna dari konten tersebut saya mendapatkan ilmu baru dan pelajaran tentang agama yang sebelum nya saya gak tahu jadi tahu karna melihat konten dakwah tersebut”.*⁴⁰

2) Respon Afektif

Respon afektif adalah reaksi atau tanggapan emosional seseorang terhadap suatu stimulus, informasi, atau pesan yang diterima. Respon ini mencakup sikap, minat, perasaan suka atau tidak suka, serta keterlibatan emosi terhadap isi pesan. Dalam konteks dakwah, respon afektif ini mencerminkan bagaimana hati atau perasaan audiens tersentuh atau tergerak oleh isi pesan dakwah yang mereka tonton.

Dalam aspek ini mencerminkan perasaan dan keterlibatan emosional siswa saat menonton konten dakwah. Hasil verifikasi ini menunjukkan bahwa :

- a) Konten dakwah yang menyentuh hati, seperti kisah tentang ibu, kematian atau perjuangan hidup seringkali menimbulkan rasa haru, refleksi diri bahkan tangisan.
- b) Video dakwah yang lucu namun penuh makna akan menarik rasa senang dan ketertarikan emosional, sehingga siswa tidak merasa tertekan saat menerima pesan keagamaan.

Emosi ini menjadi pintu masuk yang penting dalam menyentuh sisi spiritual Generasi Alpha, karena mereka cenderung responsive terhadap

⁴⁰ Wawancara dengan siswa MTS Al-Amin Tabanan Nabila Putri Lefriyanda, Pada tanggal 21 Mei 2025

cerita dan visual yang membangkitkan empati atau membuat mereka merasa terhubung langsung dengan konten dakwah tersebut.

*“Saya suka video dakwah yang pendek tapi menyentuh hati, seperti tentang kasih sayang orang tua, apalagi dilengkapi iringan music yang melo jadi tambah sedih”.*⁴¹

Dan ada juga yang mengatakan bahwa :

*“Saya merasa terharu dan termotivasi untuk memperbaiki diri saya, setelah saya mendengar konten dakwah yang menjelaskan tentang perjuangan orang tua”.*⁴²

Penjelasan lain juga di ungkapkan oleh Ayudya kelas VIII:

*“Saya suka sekali dengan cara penyampaian ustaz Adi Hidayat dalam konten dakwahnya. Karena walaupun beliau menjelaskan dengan serius, tetapi beliau juga terkadang mempunyai candaan yang membuat saya tidak bosan melihat konten tersebut”.*⁴³

3) Respon Konatif

Respon konatif adalah reaksi atau tanggapan seseorang yang berkaitan dengan kehendak, niat, atau tindakan nyata setelah menerima suatu pesan atau stimulus. Respon konatif ini menggambarkan sejauh mana seseorang termotivasi untuk mengamalkan isi pesan dakwah. Karena pesan ini menandakan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya dipahami

⁴¹ Wawancara dengan siswa MTS Al-Amin Tabanan Muhammad Iqbal, Pada tanggal 20 Mei 2025

⁴² Wawancara dengan siswa MTS Al-Amin Tabanan Muhammad Putra Adi P, Pada tanggal 20 Mei 2025

⁴³ Wawancara dengan siswa MTS Al-Amin Tabanan Ayudya Kinanty Gahari A, Pada tanggal 20 Mei 2025

dan dirasakan, tetapi juga diaplikasikan dalam kehidupan nyata.

Respon konatif terlihat dari perubahan sikap, niat atau tindakan nyata siswa setelah menonton konten dakwah. hasil verifikasi tersebut menunjukkan bahwa :

- a) Perubahan perilaku positif yang dapat mengubah perilaku siswa. Dimana siswa mulai menerapkan nilai-nilai yang mereka dapatkan dari konten dakwah di TikTok, seperti istiqomah dalam sholat dan mengaji, lebih sopan kepada guru dan orang tua, serta menghindari dalam berkata kasar atau mengejek teman.
- b) Peningkatan kesadaran beragama. Beberapa siswa mengaku mulai merenungi makna hidup tentang pentingnya ibadah dan takut melakukan dosa. Meskipun belum seluruhnya berubah secara drastis. Seperti yang di ungkapan oleh salah satu siswa MTs Al-Amin Tabanan, yakni:
*“Saya berniat untuk belajar memperbaiki diri saya agar tidak berpacaran, setelah saya mengetahui tentang larangan pacaran dan akibat buruk nya untuk diri saya sendiri. Dan dari situ saya mendapatkan banyak pelajaran dan pengalaman”.*⁴⁴
- c) Peningkatan kesadaran beragama. Beberapa siswa mengaku mulai merenungi makna hidup tentang pentingnya ibadah dan takut melakukan dosa. Meskipun belum seluruhnya berubah secara drastis. Seperti yang di

⁴⁴ Wawancara dengan siswa MTS Al-Amin Tabanan Nur Zahra A S, Pada tanggal 21 Mei 2025

ungkapan oleh salah satu siswa MTS Al-Amin Tabanan, yakni:

“Saya selalu membagikan konten dakwah kepada teman saya yang isinya menjelaskan tentang pergaulan remaja ataupun motivasi yang dapat membuat hati tersentuh”.⁴⁵

Dari penjelasan tersebut ada beberapa faktor eksternal yang juga berperan dalam membentuk respon siswa terhadap konten dakwah, antara lain :

- a) Kualitas penyampaian konten dengan visual editing dan audio konten yang menarik akan memperkuat respon emosional dan perilaku siswa.
- b) Relevansi isi yang menarik, seperti isi konten dakwah yang disesuaikan dengan masalah yang mereka alami.
- c) Algoritma TikTok dimana konten yang sering muncul di For your Page (FYP) akan mendorong frekuensi paparan dakwah meningkat.

Berdasarkan hasil verifikasi tersebut memaparkan bahwa TikTok jika digunakan secara optimal oleh para da'I atau konten kreator, dapat menjadi media yang efektif untuk membentuk karakter keagamaan generasi muda. Terutama jika konten tersebut dapat disesuaikan dengan gaya hidup dan bahasa mereka.

4.3 Pembahasan

A. Preferensi Siswa MTs Al-Amin Tabanan Pada Konten Dakwah Di TikTok

Preferensi adalah pilihan atau kecenderungan seseorang pada sesuatu yang dianggap lebih disukai dibandingkan dengan

⁴⁵ Wawancara dengan siswa MTS Al-Amin Tabanan Aghnina Qolbi L A, Pada tanggal 20 Mei 2025

alternatif lain. Dalam bentuk komunikasi dakwah dan media digital, preferensi berarti pilihan atau kecenderungan seseorang individu atau kelompok untuk menyukai, mengikuti, atau mengonsumsi jenis konten tertentu sesuai dengan minat, kebutuhan, nilai, atau kesukaan mereka.⁴⁶

Preferensi siswa MTs Al-Amin Tabanan terhadap konten dakwah di TikTok mencerminkan ciri khas Generasi Alpha yang lahir dan tumbuh dalam era digital yang serba cepat, instan, dan berbasis teknologi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa MTs Al-Amin memiliki preferensi yang kuat pada konten dakwah yang visual, kreatif, ringkas, menghibur, dan mudah dipahami. Mereka lebih menyukai konten dengan nuansa santai, menggunakan bahasa gaul atau bahasa yang sesuai dengan mereka, serta menggunakan tema yang relevan dengan kehidupan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa dalam menyusun strategi dakwah digital yang baik, perlu bagi da'I dan konten kreator untuk memahami selera atau keinginan media dan pola konsumsi informasi Generasi Alpha.

Preferensi ini sejalan dengan Teori *Uses and Gratification* yang dikemukakan oleh Katz, Bumber, & Guveritch pada tahun 1974, teori ini menjelaskan bahwa audiens bersifat aktif dalam memilih media serta konten yang dapat memenuhi kebutuhan dan gratifikasi yang ingin mereka peroleh.⁴⁷ Pada penelitian ini, siswa MTS Al-Amin Tabanan memanfaatkan TikTok agar mendapatkan hiburan,

⁴⁶ Risqiatul Hasanah and M Sos, *Revitalisasi Dakwah Dalam Era Pop Culture Pada Gen Z* (Pena Cendekia Pustaka, 2025).

⁴⁷ Nabila Adistri and Almira Adani Rusman, "Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada TikTok: Studi Uses and Gratification Di Era Digital," *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 8, no. 2 (2024): 103–16.

pengetahuan agama, sekaligus untuk menguatkan identitas sebagai remaja muslim masa kini. Mereka cenderung menyukai konten dakwah yang ditampilkan secara visual, singkat, sederhana, dan menggunakan bahasa santai. Karena sesuai dengan pola komunikasi mereka yang serba cepat dan berorientasi visual. Menurut pandangan mereka, dakwah bukan hanya soal pesan keagamaan semata, akan tetapi tentang bagaimana pesan itu disampaikan agar dapat menarik perhatian dan sesuai dengan gaya mereka. TikTok adalah salah satu media yang menjadi sarana bagi mereka untuk mendapatkan wawasan agama dengan tampilan yang santai, tanpa ada kesan menggurui atau memberi tekanan.

Pada umumnya konten dakwah yang disukai oleh siswa MTS Al-Amin memiliki durasi singkat, antara 30 sampai 60 detik dengan tampilan visual yang menarik. Karena konten yang seperti ini memudahkan mereka dalam memahami pesan secara cepat tanpa merasa jenuh. TikTok dengan format video pendek memang sangat cocok dengan karakteristik mereka yang umumnya memiliki standar perhatian (*attention span*) lebih pendek di bandingkan generasi sebelumnya. Menurut Lievrouw dan Livingstone (2006) dalam Teori Media Baru, media digital massa kini dituntut untuk menyediakan komunikasi yang bersifat pribadi, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan, sebab audiens saat ini lebih mengharapkan pengalaman komunikasi yang efisien dan tepat sasaran.⁴⁸

selain aspek durasi, tampilan visual, dan penggunaan audio, tema atau isi pesan dakwah juga menjadi penentu preferensi Generasi Alpha. Siswa

⁴⁸ Zainal Abidin Achmad, "Review Buku: Mediamorphosis: Understanding New Media by Roger Fidler," 2020.

MTS Al-Amin cenderung lebih memilih konten yang membahas hal-hal yang sesuai dengan kehidupan mereka. Seperti etika pergaulan, berbakti kepada orang tua, menjaga ikatan pertemanan dan pentingnya ibadah. Konten dakwah yang dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari akan lebih berarti dan di perhatikan oleh mereka, karena lebih mudah diterapkan dalam kehidupan mereka. Hal ini sesuai dengan Teori Relevansi Sosial (McQuail, 1987) yang menegaskan bahwa pesan komunikasi akan lebih efektif jika sesuai dengan kebutuhan serta konteks sosial penerima pesan atau audiens.⁴⁹

Gaya penyampaian dalam konten dakwah juga mempengaruhi preferensi siswa. Pada umumnya mereka lebih menyukai materi yang dikemas dalam *storytelling*, diberi humor, atau berbentuk animasi daripada ceramah yang bersifat formal. Model dakwah *storytelling* digital menegaskan bahwa dakwah berbasis cerita mampu menjangkau aspek kognitif, afektif, dan konatif secara bersamaan. Melalui pendekatan naratif, Generasi Alpha merasa lebih terhubung dengan pesan yang disampaikan, karena tema atau pesan yang disampaikan seringkali mencerminkan pengalaman hidup mereka sendiri. Hal ini sesuai dengan Teori Pembelajaran Sosial (Bandura, 1977) yang menjelaskan bahwa individu dapat memahami dan menyerap pengetahuan melalui proses pengamatan, meniru, serta internalisasi perilaku atau pesan yang diperlihatkan oleh figure yang mereka kagumi.⁵⁰

⁴⁹ Rudy Dwi Laksono et al., *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI* (Azzia Karya Bersama, 2025).

⁵⁰ Joan E Grusec, "Social Learning Theory and Developmental Psychology: The Legacies of Robert R. Sears and Albert Bandura," 1994.

Tokoh atau sumber pesan dalam konten dakwah juga turut berperan penting dalam membentuk preferensi siswa. Mereka cenderung menyukai dakwah yang disampaikan oleh tokoh yang dianggap memiliki kredibilitas tinggi, terkenal, dan dekat dengan kehidupan mereka, seperti Ustaz Adi Hidayat, Gus Iqdam, atau Habib Ja'far. Tokoh-tokoh tersebut tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menampilkan kepribadian yang bersahabat, hangat dan akrab dengan kalangan remaja saat ini. Penelitian tersebut sejalan dengan Teori Kredibilitas Sumber yang dikemukakan oleh Hovland dan Weiss pada tahun 1951, yang menyatakan bahwa keberhasilan komunikasi dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan audiens terhadap sumber pesan yang disampaikan. Ketika seorang da'I atau konten kreator dinilai jujur, berkompeten, dan menyenangkan, maka pesan yang disampaikan akan cenderung lebih mudah diterima oleh mereka begitupun sebaliknya.

Selain aspek diatas, preferensi siswa MTs Al-Amin juga dipengaruhi oleh desain konten yang menarik dan keren. Konten dakwah yang dilengkapi musik latar yang menyentuh perasaan, teks subtitle yang mudah dibaca, serta latar visual yang menarik cenderung lebih diminati karena memberikan pengalaman menonton yang lebih menyenangkan. Sebaliknya, mereka tidak menyukai konten yang terkesan monoton, bernada menakut-nakuti, atau terlalu menekankan azab dan ancaman. Karena hal tersebut akan menimbulkan rasa ketakutan dan ketidak nyamanan pada diri mereka. Selain itu, Generasi Alpha lebih terbuka pada konten dakwah yang menonjolkan nilai-nilai positif, memberikan motivasi, serta mendorong mereka untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

Dalam Al-Qur'an surah Ibrahim ayat 4 juga menjelaskan tentang metode dakwah yang digunakan untuk Generasi Alpha, yang berbunyi:

“Dan kami tidak mengutus seorang rasul pun, melainkan dengan bahasa kaumnya, agar dia dapat memberi penjelasan kepada mereka. Maka Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dia yang Maha perkasa, Maha bijaksana.”

Ayat tersebut menekankan bahwa dakwah yang disampaikan harus disesuaikan dengan karakteristik mereka. Baik itu dalam konteks bahasa, gaya komunikasi ataupun media yang populer saat ini.

Secara umum, preferensi siswa MTs Al-Amin Tabanan menunjukkan bahwa keberhasilan konten dakwah di TikTok sangat ditentukan oleh sejauh mana konten kreator mampu memahami karakteristik Generasi Alpha. Konten dakwah yang disusun dengan mempertimbangkan selera visual mereka, gaya komunikasi yang santai, tema yang sesuai dengan kehidupan mereka atau relatable, serta figur penyampaian pesan yang dipercaya akan lebih mudah diterima dan diresapi oleh audiens muda saat ini. Oleh karena itu, strategi dakwah digital di era media sosial perlu mengedepankan pendekatan yang bersifat personal, kreatif, dan relevan dengan konteks dakwah agar pesan dapat tersampaikan secara efektif kepada Generasi Alpha.

B. Respon Siswa MTs Al-Amin Tabanan Pada Konten Dakwah Di TikTok

Respon pada dasarnya adalah reaksi atau tanggapan seseorang terhadap suatu rangsangan atau pesan yang diterima. Dalam hal komunikasi, rangsangan tersebut berupa pesan yang diberikan oleh komunikator kepada penerima pesan atau

komunikasikan. Sedangkan, menurut Efendy (2003:14), menjelaskan bahwa respon merupakan sebuah reaksi yang muncul setelah pesan komunikasi diterima oleh komunikasikan, yang mana pesan tersebut dapat dilihat melalui sikap, pendapat, atau tindakan.⁵¹ Dalam hal konten dakwah di TikTok, rangsangan tersebut berupa konten dakwah yang dikemas dalam bentuk video pendek. Sedangkan dalam pandangan respon siswa MTs Al-Amin adalah bagaimana mereka dapat memahami, menghayati, serta menanggapi pesan yang disampaikan dalam konten tersebut.

Respon siswa MTs Al-Amin Tabanan terhadap konten dakwah di TikTok menunjukkan bagaimana Generasi Alpha menyerap dan memahami pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial saat ini. Adapun respon mereka dapat dilihat melalui tiga dimensi utama, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Tiga dimensi tersebut sesuai dengan Teori Hierarki Efek yang dikemukakan oleh Lavidge dan Steiner (1961). Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan pesan dakwah berlangsung secara bertahap, dimulai dari proses memahami isi pesan, merasakan secara emosional, hingga akhirnya muncul niat dan perilaku atau tindakan nyata.⁵² Adapun penjelasan tiga dimensi tersebut yaitu :

1. Aspek kognitif

Dalam hal ini siswa MTs Al-Amin akan mendapatkan wawasan baru terkait ajaran Islam melalui konteks dakwah di TikTok. Mereka menjelaskan bahwa materi seperti hukum Islam, dorongan untuk beribadah, tata karma terhadap

⁵¹ Mohammad Nur, "Respon Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Datokarama Palu Terkait Konten Dakwah Gus Miftah Di Media Youtube" (Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, 2024).

⁵² Buyung Romadhoni, *Perilaku Konsumen: Mengenal Konteks Dan Sikap Konsumen* (Penerbit NEM, 2024).

kedua orang tua, hingga nilai-nilai toleransi kepada sesama, akan lebih mudah untuk dipahami ketika disajikan secara sederhana, visual, dan menggunakan bahasa yang sesuai dengan kehidupan mereka sehari-hari. Konten dakwah ini berperan sebagai media edukasi nonformal yang cukup efektif mendukung yang sesuai dengan Fungsi Edukasi Media Massa menurut Wright (1975). Adapun siswa menilai pesan keagamaan menjadi lebih mudah dipahami karena dikemas dalam bentuk yang sesuai dengan gaya komunikasi mereka, yakni visual, singkat, dan interaktif.

2. Aspek Afektif

Aspek ini menunjukkan bahwa banyaknya siswa mengaku merasa terharu atau tersentuh setelah menyaksikan konten dakwah di TikTok. Khususnya pada konten dakwah yang mengangkat tema kasih sayang terhadap orang tua, perjuangan hidup, motivasi, maupun arti persahabatan. Mereka merasakan ikatan emosional yang kuat dengan pesan yang disampaikan, karena pesan yang disampaikan dalam konten tersebut seringkali relevan dengan kehidupan mereka sendiri. Konten dakwah yang dilengkapi dengan musik latar yang mengharukan atau menggunakan visual yang dramatis cenderung lebih efektif dalam mengunggah perasaan mereka. Seperti penelitian yang dikemukakan oleh McGuire pada tahun 1996, dalam Teori Komunikasi Persuasif, menyatakan bahwa pesan yang mengandung unsur emosional akan lebih efektif dalam mempengaruhi sikap audiens.

3. Aspek Konatif

Pada aspek ini, beberapa siswa menyatakan bahwa mereka termotivasi untuk memperbaiki

diri setelah menyimak konten dakwah di TikTok. Mereka memiliki tekad yang kuat untuk lebih rajin beribadah, bersikap sopan terhadap guru maupun orang tua, menjauhi perilaku pacaran, serta menghindari ucapan yang kasar. Selain itu, ada juga yang membagikan konten dakwah tersebut ke media sosial lainnya atau kepada teman sebayanya sebagai bentuk partisipasi dalam menyebarkan pesan positif.

Respon ini sama dengan Teori Perubahan Perilaku yang dikemukakan oleh Rogers (1983), yang menjelaskan bahwa media dapat menjadi agen perubahan sosial apabila pesan yang disampaikan relevan dengan kondisi audiens. Selain itu, keterlibatan siswa dalam menyebarluaskan konten dakwah juga mendukung konsep dakwah transmedia, dan hal tersebut membuat audiens dapat berperan aktif sebagai penyebar pesan, bukan hanya sekedar penerima saja.

Respon siswa terhadap konten dakwah di TikTok menunjukkan bahwa dakwah digital berhasil menjangkau pengetahuan, perasaan, dan perilaku Generasi Alpha secara bersamaan. Pesan dakwah yang dikemas secara menarik tidak hanya memberikan pemahaman, tetapi juga mampu menyentuh sisi emosional dan memicu perubahan positif dalam kehidupan mereka sehari-hari. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah di era media sosial sangat ditentukan oleh kemampuan da'i atau konten kreator dalam menggabungkan unsur edukasi, ajakan persuasif, dan hiburan menjadi satu kesatuan yang selaras.

Dengan demikian, respon siswa MTs Al-Amin Tabanan terhadap konten dakwah di TikTok membuktikan bahwa dakwah digital memiliki peluang yang besar dalam membentuk pengetahuan,

sikap, serta perilaku generasi muda. Meski begitu, potensi ini hanya dapat dimaksimalkan apabila strategi dakwah dapat disusun dengan mempertimbangkan karakteristik Generasi Alpha yang cenderung menyukai pendekatan kreatif, berbasis visual, komunikatif, dan sesuai dengan realitas kehidupan mereka.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis preferensi serta respon Generasi Alpha, khususnya siswa MTs Al-Amin Tabanan terhadap konten dakwah yang disampaikan melalui TikTok. Fokus penelitian ini terletak pada bagaimana siswa memilih, menyukai, dan merespon konten dakwah di TikTok. Serta sejauh mana konten tersebut dapat mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode studi kasus pada siswa MTs Al-Amin Tabanan yang aktif menonton konten dakwah di Tiktok. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Setelah itu data di analisis menggunakan model analisis kualitatif interaktif (reduksi, penyajian, dan kesimpulan). Keabsahan data penelitian ini dijamin melalui triangulasi sumber dan teknik.

Dari hasil penelitian tersebut, diperoleh beberapa kesimpulan utama sebagai berikut :

1. Preferensi Siswa MTs Al-Amin Tabanan terhadap konten dakwah di TikTok

Para siswa MTs Al-Amin Tabanan, yang merupakan bagian dari Generasi alpha cenderung menyukai konten dakwah yang disajikan menarik secara visual, berdurasi singkat (30-60 detik), menggunakan bahasa yang ringan dan kekinian, serta disampaikan dengan cara relatable atau relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Mereka lebih tertarik pada konten dakwah yang mengandung unsur cerita atau *storytelling*, humor, motivasi, dan tema-tema aktual seperti etika dalam pergaulan, berbakti kepada kedua orang tua, atau cara

menghadapi perundungan. Preferensi dapat dijelaskan melalui pendekatan Teori *uses and gratifications*, Teori Kredibilitas sumber, dan Model Dakwah *Storytelling* Digital, yang mana pendekatan tersebut menekankan tentang pentingnya kesesuaian isi pesan dengan kebutuhan, minat, serta kepercayaan audiens. Adapun tampilan visual yang menarik, seperti musik latar yang menyentuh hati, teks terjemahan atau *subtitle* yang jelas, dan tampilan desain yang menarik juga menjadi faktor penting dalam penilaian dan preferensi mereka terhadap konten dakwah di TikTok.

2. Respon Siswa MTs Al-Amin Tabanan terhadap konten dakwah di TikTok

Respon siswa MTs al-Amin terhadap konten dakwah di TikTok dapat dikaji melalui tiga aspek utama berdasarkan Teori Hierarki Efek dari Lavidge dan Steiner (1961), yaitu :

- a) Aspek Kognitif: Siswa dapat memahami ajaran Islam, etika, dan motivasi ibadah lewat konten singkat yang sederhana melalui TikTok. Sehingga TikTok di sini berfungsi sebagai model pembelajaran nonformal yang sesuai dengan fungsi edukasi media massa sebagaimana dikemukakan oleh Wright (1975).
- b) Aspek Afektif: Konten dakwah yang dapat menyentuh hati, menginspirasi, atau humoris mampu membangkitkan emosi, empati, dan ketertarikan pesan. Hal ini sesuai dengan teori Komunikasi persuasif yang dijelaskan oleh McGuire (1969), bahwa pesan yang menyentuh emosi memiliki pengaruh lebih besar dalam membentuk sikap audiens.
- c) Aspek Konatif: Beberapa siswa termotivasi untuk memperbaiki sikap, rajin beribadah, dan menghindari perilaku negatif. Selain itu, mereka juga membagikan konten dakwah ke platform

lainnya, yang mencerminkan prinsip Dakwah transmedia. Respon ini sejalan dengan Teori Perubahan Perilaku yang dikemukakan oleh Rogers (1983).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah di platform TikTok sangat ditentukan oleh sejauh mana konten yang disajikan sesuai dengan karakteristik mereka, yang lebih responsif terhadap tampilan visual, informasi cepat, serta pesan yang disampaikan secara kreatif dan menginspirasi. Dengan demikian, perancangan strategi dakwah digital perlu mengedepankan pendekatan yang komunikatif, inovatif, dan relevan agar mampu menjangkau aspek kognitif, afektif, hingga konatif.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan untuk menulis karya ilmiah seperti skripsi sejatinya adalah bentuk latihan. Mungkin sebagian besar peneliti sebenarnya telah memiliki hipotesis akan jawaban dari hal yang diteliti. Namun, poin penting dari proses ini yakni seberapa cakap kita menuangkan ide dan gagasan yang telah ada dalam sebuah karya tulis. mengaplikasikannya sesuai teori dan prosedur atau bahkan kita dapat menemukan teori baru yang mendukung penelitian. sayangnya tidak semua peneliti mengantongi kemampuan yang sudah benar matang.

Menuntut dari hal tersebut, peneliti akan menyampaikan keterbatasan dari penelitian ini. Karena peneliti memahami bahwa penelitian yang telah dilakukan masih banyak kesalahan dan jauh dari kesempurnaan. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya atau yang akan datang. Penelitian ini tentu memiliki beberapa keterbatasan yang perlu disadari sebagai bagian dari proses ilmiah. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

- a. Keterbatasan Lokasi dan Subjek Penelitian**
 penelitian ini hanya dilakukan di satu sekolah, yaitu MTs Al Amin Tabanan, Bali. Sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi secara luas ke sekolah lain atau wilayah yang memiliki latar belakang sosial dan budaya yang berbeda.
- b. Keterbatasan Waktu dan Jangkauan Observasi**
 Waktu yang tersedia untuk melakukan observasi dan wawancara sangat terbatas. Sehingga peneliti hanya bisa menggali sebagian kecil dari preferensi dan respon Generasi Alpha terhadap konten dakwah di TikTok.
- c. Keterbatasan dalam Mengukur Respon Secara Objektif**
 Respon yang diteliti bersifat kualitatif berdasarkan wawancara dan interpretasi naratif. Sehingga terdapat kemungkinan bias subjektif, baik dari responden maupun peneliti.

5.3 Saran

Sejalan dengan penelitian mengenai preferensi dan saran Generasi Alpha pada konten dakwah di TikTok, peneliti mempunyai beberapa saran yang ingin disampaikan. Dengan saran ini peneliti berharap bisa memberikan manfaat khususnya bagi para Generasi Alpha, calon peneliti, dan untuk pembelajaran program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

1. Bagi Generasi Alpha

Generasi Alpha merupakan generasi digital native yang tumbuh bersama perkembangan teknologi dan media sosial, termasuk TikTok. Namun, tidak semua Generasi Alpha dapat memilih dan merespon dengan baik konten dakwah di TikTok. Oleh sebab itu, diharapkan untuk Generasi Alpha dapat mengembangkan sikap selektif dan kritis dalam memilih dan merespon konten dakwah yang dikonsumsi.

Sehingga tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang tidak valid atau mengandung nilai negatif. Selain itu, mereka juga harus bisa menggunakan media sosial secara positif, terutama TikTok. Sebagai sarana untuk memperdalam pengetahuan agama, memperkuat karakter Islami dan menyebarkan nilai kebaikan.

2. Bagi Calon Peneliti

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan konteks pembahasan yang serupa. Diharapkan untuk memperluas lokasi dan partisipan agar hasilnya dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai preferensi dan respon Generasi Alpha di berbagai daerah dan latar belakang budaya. Ditambah latihan melalui berbagai macam tugas yang diberikan sejak memasuki perkuliahan tentang seberapa besar andil dan totalitas guna menyelesaikannya dan memberi gambaran yang cukup berpengaruh. Selain itu, peneliti juga perlu meneliti dampak atau dinamika konten dakwah di TikTok secara jangka panjang terhadap perilaku religius dan spiritualitas Generasi alpha, sehingga penelitian tidak hanya sebatas kesukaan atau ketertarikan sesaat. Dengan demikian, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih luas dalam mengkaji kajian komunikasi dakwah melalui digital.

3. Bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Sebagai institusi yang bertanggung jawab dalam mencetak tenaga dakwah profesional di era modern. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam perlu mengambil peran aktif dalam menjawab tantangan perkembangan media digital. Prodi ini diharapkan bisa menambah referensi keputustaannya mengenai teori dan materi yang dapat menunjang pembelajaran juga penelitian tentang ilmu komunikasi dan ilmu dakwah terlebih di bidang dakwah modern agar peneliti berikutnya lebih mudah dalam mencari

sumber rujukan. Selain itu, diharapkan dapat mendorong mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk aktif membuat konten dakwah di TikTok atau platform lainnya sebagai bagian dari pembelajaran praktisi. Adapun faktor kedisiplinan selama proses pembelajaran juga menjadi tolak ukur kemampuan mahasiswa yang perlu diperhatikan. Karena karakter dari suatu jurusan akan dipengaruhi oleh sikap yang dijadikan kultur dan pedoman dalam keseharian. Dengan adanya hal tersebut, membuat prodi ini menjadi pionir dalam menciptakan generasi pendakwah yang tidak hanya cakap secara keilmuan, tetapi juga terampil dan kreatif dalam menjawab tantangan era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Qomar, and Dudi Badruzaman. "Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital." *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (2023): 152–62.
- Abubakar, H Rifa'i. *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Achmad, Zainal Abidin. "Review Buku: Mediamorphosis: Understanding New Media by Roger Fidler," 2020.
- Adistri, Nabila, and Almira Adani Rusman. "Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada TikTok: Studi Uses and Gratification Di Era Digital." *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 8, no. 2 (2024): 103–16.
- Alamsyah, Muh Nur, and Nur Wahyu Ningsih. "Strategi Integratif Pendekatan Psikologis Dan Pendidikan Islam Dalam Membentuk Karakter Generasi Alpha." *Qosim: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 3, no. 2 (2025): 626–43.
- Amrina, Tia Nur, Zalfa Mufidah, Zidan Khoirul Azmi, and Meity Suryandari. "Respon Mahasiswa Iai Al-Aziz Dalam Menanggapi Konten Dakwah Islam Di Media Sosial Tiktok." *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 87–112.
- Assyakurrohim, Dimas, Dewa Ikhrum, Rusdy A Sirodj, and Muhammad Win Afgani. "Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif." *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer* 3, no. 01 (2022): 1–9.
- Bachtiar, Junda Fais, Imam Hidayat, Salma Zain, and Wanda Agilah. "TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA REVOLUSI SOCIETY 5.0: TRANSFORMASI DIGITAL DALAM PENYEBARAN NILAI-NILAI ISLAM." *Merdeka Indonesia Jurnal International* 4, no. 2 (2024): 421–30.
- Grusec, Joan E. "Social Learning Theory and Developmental Psychology: The Legacies of Robert R. Sears and Albert Bandura," 1994.
- Hale, Merensiana. "Generation Alpha." *EDULEAD: Journal*

- of Christian Education and Leadership* 3, no. 2 (2022): 240–45.
- Hasanah, Risqiatul, and M Sos. *Revitalisasi Dakwah Dalam Era Pop Culture Pada Gen Z*. Pena Cendekia Pustaka, 2025.
- Hayati, Kulsum Nur, Diana Monita, and Moh Ferdi Hasan. “Guru Di Era Digital: Inovasi Dan Strategi Pembelajaran Gen Alpha Dan Gen Z.” PT Cipta Gadhing Artha, 2024.
- Herdayati, S Pd, S Pd, and S T Syahrial. “Desain Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian.” *ISSN 2502-3632 ISSN 2356-0304 J. Online Int. Nas. Vol. 7 No. 1, Januari–Juni 2019 Univ. 17 Agustus 1945 Jakarta* 53, no. 9 (2019): 1689–99.
- Husnullail, M, and M Syahran Jailani. “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah.” *Jurnal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): 70–78.
- Kamilah, Shafa Tasya, Putri Adiniyah Shoheh, Mufti Khairul Zain, and Meity Suryandari. “Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja.” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 50–62.
- Koswara, Asep. “Filantropi Digital: Pemanfaatan Platform Media Sosial TikTok Untuk Menghimpun Donasi Di Dunia Maya.” *Journal of Society Bridge* 3, no. 1 (2025): 39–53.
- Laksono, Rudy Dwi, Sp PD, M Ked PD, Olivia Ridheta Citrawijaya, S Ak, Enjang Pera Irawan, S Sos, M I Kom, Gusti Noorlitaria Achmad, and Radna Nurmalina. *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Azzia Karya Bersama, 2025.
- Makbul, Muhammad. “Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian,” 2021.
- Marischa, Diva, and Reni Budi Setianingrum. “Transfer of Personal Data by E-Commerce Companies: A Study From The Perspective of Indonesian Personal Data Protection Laws.” *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal* 4, no. 1 (2024): 48–64.

- Masruuroh, Lina. *Pengantar Teori Komunikasi Dakwah (Edisi Revisi)*. Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Naamy, Nazar. "Transformasi Sosial Dakwah Tuan Guru; Dari Tradisional Menuju Era Digital." *Ulul Albab: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 1, no. 1 (2023): 68–80.
- Negoro, Noor Bekti. "Respon Remaja Terhadap Video Dakwah Source of Happiness Pada Akun Instagram Ustadzah Haneen Akira." Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, n.d.
- Nur, Dalinur M. "Dakwah Teori, Definisi Dan Macamnya." *Wardah* 12, no. 2 (2011): 135–41.
- Nur, Mohammad. "Respon Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Datokarama Palu Terkait Konten Dakwah Gus Miftah Di Media Youtube." Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, 2024.
- Octaviani, Rika, and Elma Sutriani. "Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data," 2019.
- Pratiwi, Clara Sinta. "Platform TikTok Sebagai Representasi Media Dakwah Di Era Digital." *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 2, no. 1 (2022): 50–65.
- Rahmawati, Yulia, Farida Hariyati, Ahmad Zakki Abdullah, and Mia Nurmiarani. "Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur." *Concept: Journal of Social Humanities and Education* 3, no. 1 (2024): 266–79.
- Romadhoni, Buyung. *Perilaku Konsumen: Mengenal Konteks Dan Sikap Konsumen*. Penerbit NEM, 2024.
- Sirait, Azyana Alda, and Muhammad Irwan Padli Nasution. "Efektivitas Platform Tiktok Sebagai Media Pembelajaran PAI Berbasis Literasi Digital." *Dirosat: Journal of Islamic Studies* 9, no. 1 (2024): 83–96.
- Soendari, Tjutju. "Pengujian Keabsahan Data Penelitian Kualitatif." *Bandung: Jurusan PLB Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia*, 2012.
- Sumilih, Dimas Ario, Aswadi Jaya, Asti Dewi Rahayu Fitrianiingsih, Rambu Luba Kata Respati

- Nugrohowardhani, Enjang Pera Irawan, Fitria Cita Dirna, Nur Anisyah Rachmaningtyas, Atma Ras, Dwi Wulan Pujiriyani, and Nurul Setyorini. *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia, 2025.
- Supratman, Salma Humaira, Khuza'I Rodliyah, and Hendi Suhendi. "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2022, 9–14.
- Wibowo, Wasis, and Fitria Ayuningtyas. "Generasi Z Sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, Dan Tantangan Baru." *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)* 5, no. 2 (2024): 90–99.
- Yusuf, Wa Ode Yahyu Herliany, Widia Wati Bustaming, Farnisa Rahmatia, Zanurhaini Zanurhaini, Anissa Nur Salawati, Yeni Yeni, Rini Rini, and Maliati Maliati. "Pengasuhan Ideal Bagi Generasi Alpha." *ARDHI: Jurnal Pengabdian Dalam Negri* 2, no. 1 (2024): 32–45.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
Blokagung - Banyuwangi
 Jalan PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi 68491
 No Hp : 08113129333, E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR

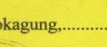
Nama : IKA PUTRI

NIM : 211211013

Program Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Judul Skripsi : PREFERENSI DAN RESPON GENERASI ALPHA PADA KONTEN DAKWAH
DI TikTok : STUDI KALUSiswa MTs AL - AMIN TABANAN,
BALI

Pembimbing : MBH. MUSLIMIN, M.Sos

No.	Topik Pembahasan	Tanggal	Tanda Tangan Pembimbing
1	Pengajuan Judul & Pendahuluan	25 / 11 / 2024	
2	Latar Belakang	30 / 11 / 2024	
3	Pengertian Sumat ke Skripsi	01/12/2024	
4	Penyusunan BAB I	18/01/2025	
5	Penyusunan BAB II	10/02/2025	
6	Penyusunan BAB III	25/02/2025	
7	Bimbingan Persiapan Sempu	09/03/2025	
8	Revisi Sempu	20/04/2025	
9	Revisi Bab I & Bab II	01/06/2025	
10	Penyusunan Bab I - Bab 4	16/06/2025	
11	Penyusunan Bab 5	30/06/2025	
12	Bimbingan Persiapan Sidang Munaqazah	14/07/2025	

Blokagung.....2025



Ketua Prodi
 Komunikasi dan Penyiaran Islam

2. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian

	YAYASAN AL-AMIN TABANAN MADRASAH TSANAWIYAH (MTs.) AL-AMIN TABANAN <i>Terdaftar Kanwil Kementerian Agama Prov Bali No. Ww/B/11/-d/PP.00.5/29.02-c/2002</i> <i>Terakreditasi "A" BAN-S/M Pusat, Jakarta, No : 1589/BAN-SM/SK/2022</i>
Alamat. Jl. Rama Gang. I No.1 Telp. (0361) 810284 Tabanan 82113	
<u>SURAT KETERANGAN PENELITIAN</u> Nomor : 123/ Mts.18.08.003/05/2025	
Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala MTs Al - Amin Tabanan Kabupaten Tabanan Provinsi Bali menerangkan bahwa :	
Nama	: IKA PUTRI
Tempat, Tanggal Lahir	: Kediri, 17 November 2002
NIM	: 2112111013
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas	: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
Institusi	: Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA)
Menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswa tersebut kami terima untuk melaksanakan penelitian di MTs Al-Amin Tabanan Tahun Pelajaran 2024/2025. untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul “ Preferensi Dan Respon Generasi Alpha Pada Konten Dakwah Di TikTok: Studi Kasus Siswa MTS Al Amin Tabanan, Bali ”	
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.	
 27 Mei 2025 Kepala Madrasah, <u>Syalya Nurlila, S.Pd</u>	

3. Surat Keterangan Bebas plagiasi 25%



UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Jalan PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi 68491
 No Hp : 08113129333, E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : 512.11.059.11 / UIMSya / FDK / B.4 / VI / 2025

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan fakultas dakwah dan Komunikasi islam Universitas KH Mukhtas Syafaat Blokagung Banyuwangi, dengan ini menerangkan bahwa telah di lakukan cek semilaritas terhadap naskah skripsi:

NAMA : Ika Putri
 NIM : 2112111013
 FAKULTAS : Dakwah Dan Komunikasi Islam
 JENJANG : Strata I (S.1)
 DENGAN HASIL : 18 %

Demikian surat keterangan ini di buat untuk di gunakan sebagai salah satu syarat menempuh ujian skripsi

Banyuwangi, 12 juni 2025

Dekan



Agus Baihaqi, S.Ag., M.I.Kom.

NIPY: 3150128107201

4. Pedoman Wawancara

No	Bentuk Pertanyaan
1.	Apakah kamu memiliki akun TikTok?
2.	Seberapa sering kamu membuka TikTok dalam sehari?
3.	Seberapa sering kamu melihat konten dakwah di TikTok?
4.	Apa jenis konten dakwah yang paling sering kau tonton di TikTok?
5.	Apakah kamu pernah melihat konten dakwah di TikTok?
6.	Bagaimana perasaanmu saat melihat konten dakwah di TikTok?
7.	Apa yang membuatmu tertarik pada konten dakwah di TikTok?
8.	Pernahkah kamu membagikan atau menyukai konten dakwah yang kamu tonton?
9.	Siapakah ustaz/pendakwah di TikTok yang kamu kenal atau sering muncul di TikTok?
10.	Apa alasan kamu menyukai atau tidak menyukai konten dakwah di TikTok?
11.	Topik dakwah apa yang kamu sukai di TikTok?
12.	Menurut kamu apa yang membuat sebuah konten dakwah di TikTok menjadi menarik untuk ditonton? Jelaskan!
13.	Apakah kamu merasa konten dakwah di TikTok sudah sesuai dengan kebutuhan remaja zaman sekarang? Jelaskan alasannya!
14.	Apa pesan atau saran kamu untuk para pendakwah atau creator dakwah agar kontennya lebih disukai oleh generasi muda seperti kamu?

5. Dokumentasi Penelitian



Wawancara bersama kepala sekolah baru MTs Al Amin



Wawancara bersama siswa MTs Al Amin



Foto bersama siswa MTs Al Amin Tabanan



Penyerahan surat izin penelitian kepada kepala sekolah pengganti



Keadaan gedung sekolah MTs Al Amin Tabanan

6. Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ika Putri
 NIM : 2112111013
 TTL : Kediri, 17 November 2002
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
 Telp : 082340501427
 Alamat : Desa Meliling Kecamatan kerambitan
 Kabupaten Tabanan provinsi Bali

Riwayat Pendidikan Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun lulus	Nama Sekolah/ perguruan Tinggi	Bidang Studi
RA	2008	2009	RA Al-Amin Tabanan	
MI	2009	2015	MI Al-Amin Tabanan	
SMP	2015	2018	SMP Plus Darussalam Blokagung	
SMK	2018	2021	SMk Darussalam Blokagung	Teknik Komputer dan jaringan (TKJ)
S1	2021	2025	UIMSYA Darussalam Blokagung	Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Riwayat pendidikan Non Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun lulus	Nama Sekolah/ Lembaga Pendidikan	Bidang Studi
Ula	2015	2018	Madrasah Diniyyah Al- Amiriyyah	
Wustha	2018	2020	Madrasah Diniyyah Al- Amiriyyah	
Ulya	2020	2021	Madrasah Diniyyah Al- Amiriyyah	

Pengalaman organisasi

1. Wakil Ketua HMPS Prodi KPI Tahun 2022-2023
2. Wakil Ketua DEMA FDKI Tahun 2023-2024

PREFERENSI DAN RESPON GENERASI ALPHA PADA KONTEN DAKWAH DI TIKTOK STUDI KASUS: SISWA MTS AL AMIN TABANAN, BALI

Buku ini membahas tentang Preferensi dan Respon Generasi Alpha Terhadap konten dakwah di TikTok, studi kasus pada siswa MTS Al Amin Tabanan, Bali. Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan remaja, khususnya Generasi Alpha.

Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menggali bagaimana siswa memilih, menilai, dan merespon konten dakwah yang muncul di beranda mereka.

Skripsi ini menegaskan bahwa dakwah digital perlu menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik Generasi alpha yang serba cepat, visual, dan interaktif. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah di era media sosial sangat bergantung pada kemampuan da'i dalam mengemas konten tersebut.

IKA PUTRI

**Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
Universitas KH. Mukhtar Syafaat**