

## Membangun Percaya Diri Mahasiswa KPI dalam Dakwah Digital: Studi Kasus di Platform TikTok

Raihana Salsabilla<sup>1)</sup>, Salsabila Salwa Jaisa<sup>2)</sup>, Rissa Kumala Dewi<sup>3)</sup>, Mirna Putri<sup>4)</sup>, Taufik<sup>5)</sup>

<sup>1,2,3,4,5)</sup>Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

<sup>1)</sup>[230401057@student.ar-raniry.ac.id](mailto:230401057@student.ar-raniry.ac.id), <sup>2)</sup>[230401070@student.ar-raniry.ac.id](mailto:230401070@student.ar-raniry.ac.id)

<sup>3)</sup>[rissakumaladewi29@gmail.com](mailto:rissakumaladewi29@gmail.com), <sup>4)</sup>[Mirnaputri375@gmail.com](mailto:Mirnaputri375@gmail.com), <sup>5)</sup>[taufik.muhammad@ar-raniry.ac.id](mailto:taufik.muhammad@ar-raniry.ac.id).

**Abstrak.** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena rendahnya kepercayaan diri mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dalam berdakwah di platform TikTok, meskipun media sosial tersebut memiliki potensi besar sebagai sarana penyebaran dakwah digital yang kreatif dan luas jangkauannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa KPI kurang percaya diri dalam berdakwah di TikTok serta upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan diri tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang berfokus pada lima mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang aktif membuat konten dakwah di TikTok. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi konten, dan dokumentasi akun TikTok informan, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor penyebab rendahnya kepercayaan diri mahasiswa meliputi pengalaman pribadi yang terbatas, pandangan konvensional terhadap dakwah digital, kurangnya dukungan lingkungan, dan ketakutan terhadap komentar negatif. Adapun upaya yang dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa adalah melalui pelatihan atau kuliah dakwah digital, strategi bertahap dalam tampil di media sosial, dukungan komunitas kampus, serta motivasi pribadi yang berlandaskan niat ikhlas berdakwah.

**Kata kunci:** Kepercayaan Diri, Dakwah Digital, Mahasiswa KPI, Tiktok, Banda Aceh.

**Abstract.** This research is motivated by the phenomenon of low self-confidence among students of Islamic Communication and Broadcasting (KPI) in preaching through the TikTok platform, even though social media has great potential as a medium for creative and wide-reaching digital da'wah. The purpose of this study is to identify the factors that cause KPI students to lack self-confidence in preaching on TikTok and to explore the efforts made to enhance their confidence. This study employs a qualitative approach with a case study method focusing on five KPI students from UIN Ar-Raniry Banda Aceh who actively create da'wah content on TikTok. Data were collected through in-depth interviews, content observations, and documentation of the informants' TikTok accounts, then analyzed using the interactive analysis model of Miles and Huberman. The results show that the main factors causing low self-confidence among students include limited personal experience, conventional views toward digital da'wah, lack of environmental support, and fear of negative comments. Meanwhile, efforts to improve students' self-confidence include digital da'wah training or courses, gradual strategies for appearing on social media, support from campus communities, and personal motivation grounded in sincere intentions for da'wah.

**Keywords:** Self-Confidence, Digital Da'wah, KPI students, TikTok, Banda Aceh.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini telah mengubah cara berdakwah di era modern. Media sosial, khususnya TikTok, menjadi salah satu platform yang banyak digunakan generasi muda untuk menyebarkan informasi dakwah. TikTok menawarkan kemudahan akses, dengan jangkauan audiens yang luas, serta format konten singkat dan kreatif yang sesuai dengan gaya komunikasi anak muda masa kini.<sup>1</sup> Kondisi ini membuka peluang besar bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) untuk berperan aktif sebagai pendakwah digital.

Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan masih banyak mahasiswa KPI yang belum percaya diri menggunakan TikTok sebagai media dakwah. Mereka sering merasa ragu, canggung, atau takut mendapat respons negatif dari audiens.<sup>2</sup> Faktor lain seperti keterbatasan kemampuan berbicara di depan kamera, kurangnya pengetahuan teknis mengedit video, hingga kekhawatiran dianggap tidak pantas atau salah dalam menyampaikan pesan agama, turut menurunkan kepercayaan diri mereka.

Fenomena ini penting diteliti karena mahasiswa KPI adalah calon dai dan komunikator Islam yang akan berperan dalam menyebarkan nilai-nilai kebaikan melalui media. Jika mereka tidak mampu memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok yang digandrungi generasi muda, maka pesan dakwah berpotensi kurang menjangkau sasaran. Oleh sebab itu, diperlukan kajian yang mendalam mengenai faktor-faktor penyebab rendahnya kepercayaan diri mahasiswa KPI dalam berdakwah di TikTok, sekaligus menemukan cara-cara yang dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu dakwah digital, sekaligus kontribusi praktis berupa rekomendasi strategi pembinaan, pelatihan, dan penguatan mental mahasiswa KPI agar lebih siap menjadi pendakwah yang kreatif, percaya diri, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

## METODE PENELITIAN

---

<sup>1</sup> Sari, A. F., & Ni'amah, L. U. (2022). Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok@ baysasman00). *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 2(1), 32-34.

<sup>2</sup> Chanra, M., & Tasruddin, R. (2025). Peran media sosial sebagai platform dakwah di era digital: Studi kasus pada generasi milenial. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 872-874.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam terhadap proses pembentukan kepercayaan diri mahasiswa KPI dalam berdakwah di TikTok.<sup>3</sup> Penelitian dilaksanakan di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Ar-Raniry Banda Aceh, dengan fokus pada mahasiswa yang aktif membuat konten dakwah di platform TikTok.

Untuk subjek penelitian Mahasiswa aktif Prodi KPI yang memiliki akun TikTok dan rutin membuat konten dakwah Islam. Kriteria informan ditentukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu,<sup>4</sup> antara lain:

- Mahasiswa KPI semester 4 ke atas.
- Memiliki akun TikTok aktif minimal 6 bulan terakhir.
- Produksi konten dakwah (minimal 1 video).
- Bersedia diwawancarai dan memberikan informasi secara terbuka.

Untuk memperoleh data yang mendalam, digunakan beberapa teknik berikut:

- Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*) yang dilakukan terhadap 5 mahasiswa KPI yang aktif membuat konten dakwah di TikTok untuk memahami pengalaman, motivasi, dan proses membangun kepercayaan diri mereka.
- Observasi dimana peneliti mengamati konten TikTok milik informan, termasuk gaya komunikasi, ekspresi diri, dan interaksi dengan audiens.
- Dokumentasi termasuk mengumpulkan data dari profil akun TikTok, jumlah pengikut, komentar audiens, serta aktivitas mahasiswa KPI dalam kegiatan dakwah digital di kampus.

Data dianalisis dengan menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024)<sup>5</sup> yang meliputi tiga tahap utama:

- Reduksi Data: Menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data hasil wawancara dan observasi.

---

<sup>3</sup> Resita, R. A. S., & Heriyanti, L. (2025). Representasi Identitas Mahasiswa Melalui Gaya Berpakaian Di Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam*, 22(2), 59-60.

<sup>4</sup> Deriyanto, D., & Qorib, F. (2019). Persepsi mahasiswa universitas tribhuwana tungadewi malang terhadap penggunaan aplikasi tik tok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 7(2).

<sup>5</sup> Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 79-82.

- Penyajian Data: Menyusun data dalam bentuk narasi, tabel, atau matriks agar pola dan hubungan antar fenomena mudah dipahami.
- Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi: Menyimpulkan makna dari data yang diperoleh dan memverifikasinya secara berulang untuk memastikan keabsahan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Program studi ini merupakan salah satu jurusan yang berfokus pada pengembangan kemampuan komunikasi, penyiaran islam yang berbasis media, baik konvensional maupun digital.

Secara geografis, kampus UIN Ar-Raniry terletak di kawasan Darussalam, Banda Aceh. Lingkungan kampus ini dikenal sebagai pusat pendidikan Islam modern di Aceh yang menyelaraskan antara nilai-nilai keislaman, akademik, dan teknologi. Mahasiswa KPI sendiri aktif dalam berbagai kegiatan keilmuan, seperti pelatihan jurnalistik, podcast dakwah, produksi konten kreatif, serta pengelolaan media informasi kampus.

Program Studi KPI memiliki visi Mengembangkan Keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang Modern dan Universal Berbasis Nilai-nilai Keislaman, Dengan Memadukan Inovasi Media, Teknologi Informasi, dan Etika Profesi, Guna Mencetak Sumber Daya Manusia yang Berdaya Saing Regional dan Berkontribusi Aktif Dalam Transformasi Sosial-Keagamaan Di Era Global.

Dengan adanya visi tersebut memicu program studi ini untuk melahirkan komunikator dan da'i profesional yang mampu berdakwah sesuai perkembangan zaman, termasuk melalui media digital. Oleh karena itu, mahasiswa KPI dituntut agar mampu menguasai teknologi informasi dan memiliki kepercayaan diri yang baik saat tampil di ruang publik, baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Lokasi penelitian ini dipilih karena mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry menjadi salah satu kelompok yang seharusnya aktif menggunakan platform TikTok sebagai media dakwah digital. Namun, berdasarkan observasi awal, masih terdapat sebagian mahasiswa yang merasa kurang percaya diri dalam membuat atau menyampaikan konten dakwah di media sosial. Kondisi inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang memengaruhi

kepercayaan diri mahasiswa KPI dalam berdakwah di TikTok, serta mencari cara yang dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka.

Dengan demikian, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, menjadi lokasi yang relevan untuk memahami bagaimana mahasiswa menghadapi tantangan dakwah digital di tengah perkembangan media sosial yang pesat.

Penelitian ini melibatkan Lima informan utama yang terdiri dari mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang aktif menggunakan media sosial TikTok sebagai media dakwah digital.

Tabel 1  
Karakteristik Akun TikTok, Aktivitas Dakwah, dan Jenis Konten Informan Mahasiswa KPI

<b>Informan</b>	<b>Link Akun Tik tok</b>	<b>Jumlah Pengikut</b>	<b>Karakteristik Komentar Audiens</b>	<b>Aktivitas Mahasiswa KPI</b>	<b>Jenis Konten</b>
Siti Nurramadhani	<a href="https://www.tiktok.com/@nurra1724?_r=1&amp;t=ZS-93bSoxw215d">https://www.tiktok.com/@nurra1724?_r=1&amp;t=ZS-93bSoxw215d</a>	128	Berisi pujian dan apresiasi	Mengunggah foto dengan narasi pendek	Pesan reflektif
Elfina Rahmatin	<a href="https://www.tiktok.com/@themelodyy._?_r=1&amp;t=ZS-916plQRVTWa">https://www.tiktok.com/@themelodyy._?_r=1&amp;t=ZS-916plQRVTWa</a>	562	Berisi Emot love dan interaksi akrab dengan netizen	Mengunggah video cover lagu islami dan aceh	Cover lagu islami dan aceh
Abdul Aziz	<a href="https://www.tiktok.com/@abdulazis4466?_r=1&amp;t=ZS-93bP29pHyEr">https://www.tiktok.com/@abdulazis4466?_r=1&amp;t=ZS-93bP29pHyEr</a>	64	Tidak ada komentar buruk tapi pernah dapat cemooh di dunia nyata	Mengunggah konten dahwah islami	Dakwah islami
Amalia Saumi	<a href="https://www.tiktok.com/@amaliasaumi0?_r=1&amp;t=ZS-93bYR3USEIS">https://www.tiktok.com/@amaliasaumi0?_r=1&amp;t=ZS-93bYR3USEIS</a>	1085	Berisi apresiasi, nasehat dan doa dari netizen	Mengunggah video motivasi dengan pakaian islaminya yang khas	Konten motivasi
Siti Rafiqah Ayu	<a href="https://www.tiktok.com/@rafiqahayuu._?_r=1&amp;t=ZS-93bOqmj8DoX">https://www.tiktok.com/@rafiqahayuu._?_r=1&amp;t=ZS-93bOqmj8DoX</a>	451	Pujian dengan emot api dan love	Mengunggah video edukasi dan keindahan alam	Edukasi

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, sebagian besar informan berusia antara 19 hingga 23 tahun, dengan latar belakang aktivitas yang beragam, seperti mahasiswa aktif, kreator konten, dan anggota komunitas dakwah kampus. Seluruh informan memiliki minat yang tinggi terhadap dunia digital, namun tingkat kepercayaan diri mereka dalam menampilkan diri di depan kamera bervariasi.

Dari lima informan tersebut, empat orang tergolong mahasiswa yang sudah aktif berdakwah di TikTok dan memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak, sedangkan satu lainnya masih dalam tahap belajar membuat konten dakwah namun memiliki keinginan kuat untuk berkembang.



Secara umum, karakteristik para informan menunjukkan bahwa mahasiswa KPI memiliki motivasi tinggi untuk menyebarkan dakwah melalui media digital, tetapi mereka masih menghadapi beberapa kendala seperti rasa gugup, takut dikomentari negatif, serta kurangnya kemampuan berbicara secara spontan di depan kamera.

- Motivasi Tinggi Berdakwah Digital "Motivasiku sederhana, aku pengen dakwah bisa terasa hangat dan dekat. Aku pengen anak muda tahu kalau dakwah itu nggak selalu harus kaku atau berat, tapi bisa disampaikan lewat cara yang ringan dan estetik." (Siti Nurramadani / Informan 1) dan hal ini juga sama dengan pendapat Elfina

- Ketakutan terhadap Komentar Negatif dirasakan oleh semua informan “Saya sempat merasa ragu dan takut dakwah saya tidak diterima oleh orang-orang, takut dicaci atau dibilang sok alim.” (Amalia Saumi / Informan 4)
- Kendala Gugup dan Kurang Spontan di Depan Kamera Rafiqah dan Siti mengakui bahwa itu adalah hal yang sulit “Kalau bicara tanpa teks itu masih susah, jadi sering gugup dan harus mengulang beberapa kali sebelum upload.” (Siti Nurramadani / Informan 1)

Kendala inilah yang kemudian menjadi fokus utama dalam penelitian ini untuk menemukan faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan diri serta upaya peningkatannya.

#### **A. Pembahasan**

Temuan penelitian mengenai dinamika kepercayaan diri mahasiswa KPI dalam berdakwah melalui TikTok dapat dianalisis menggunakan perspektif Teori Self-Efficacy (Bandura, 1997) dan Teori Dramaturgi (Goffman, 1959). Kedua teori ini membantu menjelaskan bagaimana rasa percaya diri terbentuk, terhambat, dan dipertunjukkan dalam ruang digital yang bersifat publik dan interaktif seperti TikTok.

##### **1. Self-Efficacy dan Keyakinan Diri dalam Dakwah Digital**

Bandura menjelaskan bahwa self-efficacy adalah keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam melakukan suatu tindakan (Suryati et al., 2025).<sup>6</sup> Dalam konteks dakwah digital, self-efficacy mahasiswa KPI tampak dipengaruhi oleh tiga faktor utama: pengalaman pribadi, dukungan sosial, dan respon audiens.

Informan seperti Siti Nurramadani dan Amalia Saumi menunjukkan rendahnya self-efficacy pada tahap awal karena takut komentar negatif, salah menyampaikan materi agama, dan dianggap “sok alim”. Kepercayaan diri meningkat ketika ada pengalaman keberhasilan kecil (misalnya berhasil upload 1 video, dapat dukungan, atau viewers yang positif). Faktor verbal persuasion (dukungan teman, dosen, komunitas) sangat kuat dalam membentuk keyakinan diri.

---

<sup>6</sup> Assoburu, S., & Sartika, D. (2025). Self Expression Etika Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Raden Fatah Palembang). *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(3), 5-6.

Hal ini selaras dengan Bandura (1997) yang menyebut bahwa self-efficacy dapat tumbuh melalui dukungan sosial (social persuasion) dan pengalaman keberhasilan (mastery experience)(Progam, n.d.).<sup>7</sup>

## 2. Dramaturgi: TikTok sebagai “Panggung Dakwah”

Menurut Goffman, setiap individu adalah aktor yang memainkan peran di depan “penonton” sosial. TikTok menjadi panggung digital (front stage) tempat mahasiswa KPI menampilkan identitas keagamaan, sementara rasa takut, insecurities, dan latihan berkali-kali berada di back stage(Jabal Tarik Ibrahim et al., n.d.).<sup>8</sup>

Rafiqah mengakui bahwa ia melatih rekaman berkali-kali sebelum upload agar terlihat percaya diri.

Elfina memilih gaya dakwah kreatif (menggabungkan Islam & budaya Aceh), menunjukkan adanya strategi tampil agar tetap diterima audiens. Ketakutan “dibilang sok suci” muncul karena citra diri di ruang digital bersinggungan dengan penilaian publik.

Dalam kerangka dramaturgi, mahasiswa KPI tidak hanya berdakwah, tetapi juga mengelola kesan (impression management) agar tetap dipandang layak, islami, namun tidak menggurui.

Goffman membantu menjelaskan bahwa ketidakpercayaan diri muncul dari ketegangan antara citra yang ingin ditampilkan dan kemungkinan penolakan audiens.

## 3. Komentar Negatif sebagai Ancaman Identitas Sosial

Komentar di TikTok bersifat publik dan tidak dapat dikontrol, sehingga menjadi sumber ketakutan utama bagi mahasiswa.<sup>9</sup> Rasa takut dicaci, diejek, atau dipertanyakan “siapa kamu kok berdakwah, kan kamu bukan alumni pesantren?” menunjukkan adanya ancaman identitas (identity threat) dalam ruang digital. Abdul Aziz pernah diejek karena bukan lulusan pesantren bentuk delegitimasi otoritas dakwah.

Amalia takut salah dan diserang netizen jika materi dakwah tidak sempurna. Fenomena “takut belum pantas” menunjukkan adanya internalisasi standar religius yang ketat sebelum berani tampil.

---

<sup>7</sup> Hajar, S. (2019). Pengaruh Self Efficacy dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening pada Rumah Sakit Condong Catur di Yogyakarta.

<sup>8</sup> Yuliani, H. (2024). *PRESENTASI DIRI AKTOR POLITIK DIMEDIA SOSIAL (Studi pada: Akun Instagram@ rohidin. mersyah dan Akun Tik Tok@ helmihasanchannel)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang). 126-128.

<sup>9</sup> Marasabessy, R., & Lopulalan, D. L. (2025). Persepsi Remaja terhadap Hate Speech di Media Sosial Tiktok (Studi pada Kelurahan Silale, Kota Ambon). *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*, 4(1), 120.



Hal ini sejalan dengan teori Bandura dan Goffman: Ketika ancaman sosial tinggi self-efficacy menurun. Ketika citra diri tidak stabil performa di panggung digital menjadi ragu-ragu.

#### 4. Dukungan Sosial sebagai Pemicu Keberanian Dakwah

Seluruh informan menyebut bahwa dukungan dari teman, komunitas, atau lingkungan kampus menjadi faktor paling kuat dalam membangun kepercayaan diri.

Dari perspektif Siti Nurramadhani dia baru percaya diri setelah ada dorongan teman. Sedangkan Rafiqah menyebut “kalau kita tidak percaya dengan diri sendiri, maka orang juga tidak percaya dengan diri kita”.

Dukungan sosial berfungsi sebagai validasi identitas dakwah. Bandura menyebut peran ini sebagai social modeling, yaitu individu lebih berani ketika melihat orang lain yang serupa berhasil melakukannya.<sup>10</sup>

#### 5. Kreativitas sebagai Strategi Mengurangi Insecurity

Selain faktor internal, mahasiswa membangun kepercayaan diri dengan mengadaptasi gaya dakwah agar tidak menimbulkan resistensi. Dari mulai memakai voice over jika belum siap tampil wajah, biasa juga dengan menggabungkan dakwah dengan storytelling, humor, atau budaya Aceh, dan memilih materi ringan, bukan ceramah berat.<sup>11</sup> Artinya, percaya diri bukan hanya soal berani bicara, tetapi juga soal menemukan cara berdakwah yang “nyaman secara identitas”.

### **B. Faktor penyebab kurangnya kepercayaan diri mahasiswa KPI dalam berdakwah di TikTok**

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima informan utama, ditemukan bahwa kurangnya kepercayaan diri mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dalam berdakwah di TikTok disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: pengalaman pribadi menggunakan TikTok, pandangan terhadap dakwah di media sosial, dukungan lingkungan, dan ketakutan terhadap komentar negatif.

---

<sup>10</sup> Lesilolo, H. J. (2018). Penerapan teori belajar sosial albert bandura dalam proses belajar mengajar di sekolah. *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi*, 4(2), 193-194.

<sup>11</sup> Deni Rahman, *Membangun Jembatan Dakwah di Dunia Digital*, (Indramayu: Penerbit Adab, 2024), hlm. 3.

### 1. Pengalaman Pribadi Menggunakan TikTok

Sebagian besar informan menyebutkan bahwa pengalaman mereka menggunakan TikTok masih terbatas, terutama dalam membuat konten dakwah. Siti Nurramadhani, misalnya, mengaku awalnya hanya membuat video motivasi sederhana dan kemudian menyadari bahwa platform TikTok memiliki algoritma yang cepat dan jangkauannya luas. Begitu juga dengan Rafiqah dan Elfina yang awalnya menggunakan TikTok untuk hiburan atau lomba, lalu mulai memanfaatkannya untuk menyebarkan pesan positif.

### 2. Pandangan terhadap Dakwah di Media Sosial

Pandangan mahasiswa terhadap dakwah digital juga memengaruhi rasa percaya diri mereka. Sebagian mahasiswa masih beranggapan bahwa dakwah seharusnya disampaikan secara formal melalui ceramah, khutbah, atau kegiatan keagamaan di masjid. Hal ini diungkapkan salah satu informan yang menganggap TikTok belum sepenuhnya pantas dijadikan media dakwah.

Seiring waktu, muncul kesadaran baru bahwa media sosial justru efektif menjangkau audiens seperti yang disampaikan oleh Siti Nurramadhani dan Amalia. TikTok memiliki algoritma yang memungkinkan pesan dakwah tersebar luas dan diterima oleh berbagai kalangan.<sup>12</sup> Amalia juga menegaskan bahwa dakwah di TikTok dapat menjadi ladang pahala jika digunakan dengan niat yang benar dan kemasan yang menarik. Perubahan cara pandang ini menjadi dasar penting bagi mahasiswa untuk mulai lebih percaya diri berdakwah melalui platform digital.

### 3. Dukungan Lingkungan

Dukungan sosial dari teman, dosen, maupun keluarga terbukti berpengaruh besar terhadap rasa percaya diri mahasiswa. Informan seperti Rafiqah dan Siti Nurramadhani menegaskan bahwa lingkungan yang positif dan suportif membuat mereka lebih berani memulai dan konsisten membuat konten. Rafiqah mengaku dorongan dari teman dan keluarga menjadi alasan utama dirinya terus aktif, sementara Amalia menambahkan bahwa dukungan lingkungan bisa menjadi penentu keberanian mahasiswa untuk tampil di depan publik.

Sebaliknya, bagi mahasiswa yang tidak mendapatkan dorongan atau justru mendapat komentar meremehkan, seperti pengalaman Abdul Azis yang sempat dicibir oleh teman-temannya, hal tersebut dapat menurunkan semangat untuk berdakwah. Dengan demikian,

---

<sup>12</sup> Surahman, C. (2025). Efektivitas Aplikasi TikTok sebagai Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah Islam di Era Digital. *Sukacita: Jurnal Pendidikan Iman Kristen*, 2(3), 2-3.

dukungan lingkungan menjadi faktor eksternal yang sangat berperan dalam membangun atau menghambat kepercayaan diri mahasiswa KPI.<sup>13</sup>

#### 4. Ketakutan terhadap Komentar Negatif

Sebagian informan mengakui pernah merasa takut terhadap respon negatif dari audiens. Rasa takut dinilai, dikritik, atau dicap “sok alim” menjadi penghambat utama dalam memulai dakwah di TikTok. Amalia dan Elfina mengungkapkan bahwa cibiran seperti “ustazah dadakan” seringkali membuat mahasiswa berpikir ulang sebelum mengunggah konten. Sementara Siti Nurramadhani menyebutkan bahwa komentar nyinyir sempat membuatnya sedih, namun akhirnya ia belajar untuk fokus pada audiens yang benar-benar menerima pesan dakwahnya.

Meskipun begitu, para informan menunjukkan bahwa sikap dewasa dan keteguhan niat membantu mereka menghadapi komentar negatif. Rafiqah menegaskan pentingnya menanamkan keyakinan pada diri sendiri, sedangkan Abdul Azis menekankan bahwa berdakwah adalah amanah dan setiap usaha akan menjadi amal jariyah jika dilakukan dengan ikhlas.

### C. Upaya meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa KPI dalam berdakwah di TikTok

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, terdapat sejumlah upaya yang dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dalam berdakwah melalui platform TikTok. Upaya tersebut meliputi pengaruh pelatihan atau kuliah dakwah digital, strategi membangun keberanian tampil di media sosial, peran komunitas atau lingkungan kampus, serta motivasi pribadi dalam berdakwah.

#### 1. Mengikuti Mata Kuliah Dakwah Digital

Sebagian besar mahasiswa mengakui bahwa kegiatan seperti kuliah dakwah digital, pelatihan pembuatan konten, dan mata kuliah praktik dakwah memiliki pengaruh terhadap peningkatan kepercayaan diri mereka. Melalui mata kuliah tersebut, mahasiswa memperoleh pemahaman mengenai cara berdakwah di era digital, termasuk bagaimana mengemas pesan dakwah agar menarik, tetap santun, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

---

<sup>13</sup> Al Fahmi, F. F., Hawariyah, N., Iskandar, M., Sahifah, N. F., Rahayu, A., Nazwa, S., & Ghani, R. A. (2025). Meningkatkan Kepercayaan Diri Mahasiswa Melalui Public Speaking di Ranah Akademik dan Profesional. *Malewa: Journal of Multidisciplinary Educational Research*, 3(1), 33-35.

Sebagian informan menyebutkan bahwa pelatihan yang diberikan dosen membantu mereka untuk mengenali potensi diri dan memahami bahwa dakwah di TikTok tidak harus kaku atau formal. Misalnya, Amalia mengatakan bahwa setelah mengikuti mata kuliah dakwah digital, ia menjadi lebih percaya diri untuk berbicara di depan kamera dan mulai mencoba membuat konten pendek bertema motivasi Islami. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan akademik mampu menjadi sarana penting dalam menumbuhkan kepercayaan diri mahasiswa KPI.

## 2. Strategi Membangun Keberanian Tampil di Media Sosial

Strategi yang dilakukan mahasiswa untuk membangun keberanian tampil di TikTok beragam. Ada yang memulainya dengan membuat video sederhana tanpa menampilkan wajah, kemudian secara bertahap tampil langsung di depan kamera. Cara ini dinilai efektif untuk mengurangi rasa gugup dan menyesuaikan diri dengan audiens digital.

Selain itu, mahasiswa juga menerapkan strategi seperti latihan berbicara di depan cermin, mempelajari tren dakwah yang sedang diminati, dan menyusun naskah singkat sebelum merekam video. Rafiqah mengungkapkan bahwa semakin sering ia membuat konten, semakin besar rasa percaya dirinya. Kebiasaan dan pengalaman menjadi kunci utama untuk menumbuhkan kenyamanan dalam berdakwah di media sosial.<sup>14</sup>

## 3. Bergabung dalam Komunitas atau Lingkungan Kampus

Dukungan dari lingkungan kampus dan komunitas menjadi faktor eksternal yang penting. Beberapa mahasiswa tergabung dalam komunitas dakwah digital atau kelompok kreatif kampus yang berfokus pada penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial. Melalui komunitas ini, mereka saling memberikan masukan, ide, dan semangat untuk terus konsisten berdakwah.<sup>15</sup>

Elfina menuturkan bahwa dukungan teman-teman di prodi KPI dan komentar netizen di kolom komentar membuatnya lebih termotivasi untuk membuat konten yang bermanfaat. Begitu juga dengan Siti Nurramadhani, yang merasa bahwa dosen dan teman-temannya memberikan tanggapan positif yang memperkuat rasa percaya diri. Lingkungan yang suportif

---

<sup>14</sup> Raihani, F., Kamilul, I., & Farhan, M. (2025). Dakwah Digital Dan Perubahan Sosial Anak Muda: Ustad Hanan Attaki Di Media Sosial. *Nashr Al-Islam: Jurnal Kajian Literatur Islam*, 7(2), 107-110.

<sup>15</sup> Lase, S. D. (2025). DINAMIKA KEHIDUPAN SOSIAL DAN AKADEMIK MAHASISWA DI LINGKUNGAN KAMPUS 1 (SATU). *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4(1), 664.

terbukti mampu menjadi ruang belajar sekaligus penguat mental bagi mahasiswa yang ingin aktif berdakwah di media digital.

#### 4. 4. Motivasi diri dalam Berdakwah

Selain dukungan eksternal, motivasi pribadi juga berperan besar dalam meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa. Para informan menekankan bahwa niat ikhlas karena Allah SWT menjadi pondasi utama dalam setiap langkah berdakwah, termasuk melalui TikTok.<sup>16</sup>

Abdul Azis, misalnya, menyampaikan bahwa ketika niat sudah benar dan tujuan dakwah dipahami sebagai bentuk ibadah, rasa takut terhadap penilaian orang lain akan berkurang. Mahasiswa yang memiliki tujuan jelas yakni menyampaikan pesan kebaikan dan menebarkan manfaat akan lebih berani tampil di media sosial. Motivasi seperti ingin menebarkan nilai-nilai positif, menantang diri sendiri, serta mengubah citra dakwah agar lebih dekat dengan generasi muda juga menjadi pendorong kuat bagi mahasiswa KPI untuk tetap percaya diri dalam berkarya di dunia digital.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Membangun Percaya Diri Mahasiswa KPI dalam Dakwah Digital: Studi Kasus di Platform TikTok”, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan diri mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dalam berdakwah di TikTok dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal.

Faktor utama penyebab kurangnya kepercayaan diri mahasiswa meliputi keterbatasan pengalaman pribadi dalam membuat konten dakwah, pandangan konvensional terhadap media sosial sebagai ruang dakwah, minimnya dukungan lingkungan, serta ketakutan terhadap komentar negatif dari audiens. Hambatan tersebut menunjukkan bahwa persoalan kepercayaan diri tidak hanya bersumber dari aspek teknis, tetapi juga terkait dengan aspek psikologis dan sosial yang memengaruhi kesiapan mahasiswa dalam tampil sebagai pendakwah digital.

---

<sup>16</sup> Tsalis, N. I., Fitri, A. A., & Sulistyani, A. (2024). *Pola Komunikasi Intrapersonal Untuk Pengembangan Kepercayaan Diri Dalam Berdakwah Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah IAI AL-AZIS. Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 10(3), 268-269.

Namun demikian, mahasiswa KPI menunjukkan berbagai upaya untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka, seperti mengikuti mata kuliah atau pelatihan dakwah digital, menerapkan strategi bertahap untuk berani tampil di media sosial, bergabung dalam komunitas dakwah digital, serta memperkuat motivasi pribadi dengan niat ikhlas berdakwah karena Allah SWT. Dukungan akademik, lingkungan yang positif, dan pengalaman keberhasilan kecil turut menjadi faktor penting dalam menumbuhkan keyakinan diri mahasiswa untuk terus berinovasi di platform digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah digital bukan hanya tentang kemampuan berbicara di depan kamera, melainkan tentang bagaimana mahasiswa mampu mengelola citra diri, menjaga nilai-nilai Islam, dan beradaptasi dengan budaya komunikasi digital. Mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry memiliki potensi besar untuk menjadi komunikator Islam yang kreatif, percaya diri, dan relevan dengan tantangan dakwah di era modern.

### **Saran**

1. Bagi Mahasiswa KPI, disarankan untuk terus mengasah keterampilan komunikasi dan teknologi digital melalui latihan rutin, kolaborasi dengan komunitas kreatif, serta memperkuat niat dan motivasi dakwah agar tetap konsisten menyebarkan pesan Islam secara santun dan menarik di media sosial.
2. Bagi Program Studi KPI, diharapkan dapat memperbanyak pelatihan dan mata kuliah praktis tentang dakwah digital, seperti produksi konten, manajemen media sosial, dan public speaking berbasis media, agar mahasiswa lebih siap dan percaya diri dalam berdakwah di ruang digital.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan memperluas jumlah informan, menambah platform dakwah lain selain TikTok, atau meneliti hubungan antara kepercayaan diri dan efektivitas pesan dakwah digital dalam menjangkau audiens muda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alena Siti Maharani H, Anugrah Alifia Khairunnisa M, & Cucu Surahman. (2025). Efektivitas Aplikasi TikTok sebagai Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah Islam di Era Digital. *Sukacita : Jurnal Pendidikan Iman Kristen*, 2(3), 1–7. <https://doi.org/10.61132/sukacita.v2i3.945>
- Deni Rahman, M. I. K., Savitri, A., Abdillah, N., & Adab, P. (n.d.). *Membangun Jembatan Dakwah di Dunia Digital*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=iiYYEQAAQBAJ>
- Deriyanto, D., Qorib, F., Komunikasi, J. I., Tribhuwana, U., & Malang, T. (2018). *Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok*. In *JISIP* (Vol. 7, Issue 2). [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)
- Fikri, F., Fahmi, A., Hawariyah, N., Sahifah, N. F., Rahayu, A., Nazwa, S., & Ghani, R. A. (2025). *Meningkatkan Kepercayaan Diri Mahasiswa Melalui Public Speaking di Ranah Akademik dan Profesional*. 3(01), 30–42. <https://doi.org/10.61683/jome.v3i1.217>
- Jabal Tarik Ibrahim, I., Ko-Promotor, Ms., Ko-Promotor, Ms. I., Wahyudi, P., Disusun Oleh, Ms., & Yuliani, H. (n.d.). *Disertasi Presentasi Diri Aktor Politik Di Media Sosial (Studi pada : Akun Instagram @rohidin.mersyah dan Akun Tik Tok @helmihasanchannel)*.
- Janet, H., Dosen, L., & Konseling, P. (2018). *Penerapan Teori Belajar Sosial Albert Bandura Dalam Proses Belajar Mengajar Di Sekolah* (Vol. 4, Issue 2). Desember.
- Marasabeesy, R., & Lopulalan, D. L. J. (2025). Teenagers' Perception of Hate Speech at Social Media TikTok Persepsi Remaja terhadap Hate Speech di Media Sosial Tiktok. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4. <https://doi.org/10.30598/JIKPvol4iss1pp116>
- Muhammadiyah Bengkulu, U., & Heriyanti, L. (n.d.). Resita Aprelia Sanjaya Representasi Identitas Mahasiswa Melalui Gaya Berpakaian Di Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Kegamaan Islam*, 22(2). <https://doi.org/10.19105/nuansa.v18i1.xxxx>
- Progam, M. (n.d.). *The Impact Of Self Efficacy And Organizational Culture On Performance With Job Satisfaction As Intervening Variable At Rumah Sakit Condong Catur In Yogyakarta Siti Hajar*.
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>

- Raihani, F., Kamilul, I., Farhan, M., & Sultan Maulana Hasanuddin Banten, U. (n.d.). *Nashr al-Islam: Jurnal Kajian Literatur Islam Dakwah Digital Dan Perubahan Sosial Anak Muda: Ustad Hanan Attaki Di Media Sosial* (Vol. 07, Issue 2).  
<https://journalversa.com/s/index.php/>
- Sari, A. F., & Ni'amah, L. U. (2022). *Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00)* (Vol. 02, Issue 1).
- Severianus+Dayaman+Lase. (n.d.).
- Suryati, Selvia Assoburu, & Dewi Sartika. (2025). Self Expression Etika Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Raden Fatah Palembang). *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(3), 11.  
<https://doi.org/10.47134/converse.v1i3.3632>
- Tasruddin, R., & Penelitian, A. (2025). Peran Media Sosial sebagai Platform Dakwah di Era Digital: Studi Kasus pada Generasi Milenial The Role of Social Media as a Platform for Preaching in the Digital Era: A Case Study on the Millennial Generation. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 872–881. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862>
- Tsalis, N. I., Fitri, A. A., Sulistyani, A., Agama, I., & Al-Zaytun Indonesia, I. (n.d.). *Pola Komunikasi Intrapersonal Untuk Pengembangan Kepercayaan Diri Dalam BERDAKWAH PADA Mahasiswa Fakultas Dakwah IAI AL-AZIS*.