

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah memberikan banyak kemudahan bagi manusia dalam berkomunikasi dan menyebarkan informasi, termasuk dalam aktivitas dakwah. Media sosial muncul sebagai sarana baru bagi para pendakwah untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat. Salah satu platform media sosial yang semakin populer di Indonesia adalah TikTok, yang secara khusus digemari oleh kalangan generasi muda.

Secara etimologi, dakwah diartikan sebagai usaha untuk memberikan penawaran kepada orang lain agar bersikap condong dan termotivasi untuk melakukan serta menjalankan nilai-nilai dan ajaran Islam, baik melalui perkataan ataupun perbuatan (Siregar, 2015: 204). Dalam pengertian ini, dakwah dalam pelaksanaannya bukan hanya bersifat teoretis-instruktif melainkan juga menuntut adanya tindakan empiris-kontekstual (Aang Ridwan, 2022: 72).

Dalam pemahaman yang lebih luas, dakwah berasal dari bahasa Arab, dari akar kata da'ā, yad'ū, da'watan, yang bermakna seruan, panggilan, undangan atau doa. Apabila dikaitkan dengan kata Islam, menjadi kegiatan mengajak, menyeru dan memanggil seseorang kepada Islam (Syamsuddin, 2022: 3).

Fenomena dakwah di media sosial semakin marak ditemukan seiring dengan perkembangan teknologi digital. Salah satu yang cukup menarik perhatian peneliti adalah munculnya dai atau pendakwah muda yang memanfaatkan *platform* hiburan seperti TikTok. Di antara sekian banyak akun dakwah, @abiazkakiaa menjadi salah

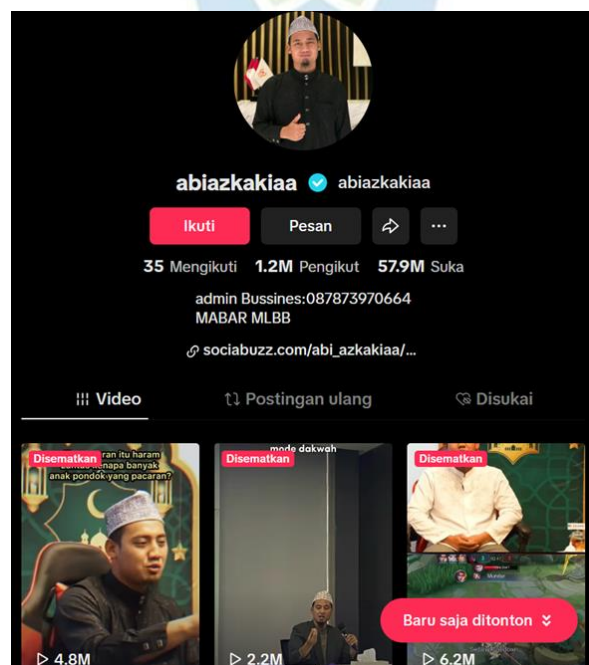
satu yang menonjol dengan pendekatan yang berbeda, yakni mengemas pesan-pesan keislaman melalui konten berbasis *game online* yaitu Mobile Legends. Hal ini menjadi bentuk inovasi dalam menyampaikan dakwah yang tidak hanya menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, tetapi juga menghubungkan pesan keagamaan dengan minat dominan generasi muda saat ini (Hasanah, 2024: 3).

Kepopuleran TikTok, sebagai salah satu *platform* media sosial yang berkembang pesat di Indonesia sejak kemunculannya pada tahun 2018, memberikan ruang bagi para kreator konten untuk menyampaikan pesan, termasuk dakwah Islam, kepada audiens secara meluas, dengan mengakses berbagai fitur-fiturnya seperti konten video pendek, *story*, *live stream*, TikTok Shop dengan algoritma *platform* tersebut yang membuatnya semakin menarik dan digemari banyak orang (Safitri, 2021: 2). Dengan kata lain, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga sebagai arena strategis untuk membentuk wacana dan memengaruhi perilaku sosial, termasuk dalam ranah keberagamaan.

Selain itu, media sosial TikTok juga dikenal memiliki basis pengguna yang luas, terutama dari kalangan generasi muda (Julianto, 2023: 79). Menurut data dari TikTok Indonesia, mayoritas pengguna TikTok adalah generasi milenial dan generasi Z, yang cenderung lebih tertarik pada konten-konten visual yang kreatif dan menghibur (Desriani, 2021: 314). Mereka lebih menyukai pola komunikasi dua arah dan responsif, berbeda dengan generasi sebelumnya yang terbiasa menerima pesan dakwah dalam format satu arah melalui ceramah di masjid atau pengajian (Hasanah, 2024: 14). Fakta ini menjelaskan mengapa pendekatan yang dilakukan

akun @abiazkakiaa menjadi relevan, sebab ia menggabungkan gaya dakwah konvensional dengan medium yang populer dan digemari audiens muda.

Karakteristik TikTok yang serba cepat, visual, dan interaktif membuatnya tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai, termasuk pesan keagamaan (Imam, 2024: 422). Di dalamnya, terdapat banyak pendakwah muda dengan cara penyampaian yang beragam ada yang bersifat formal, ada pula yang memilih jalur kreatif dengan menyesuaikan bahasa anak muda. @abiazkakiaa hadir sebagai representasi dari gelombang baru dakwah digital yang lebih adaptif terhadap kultur populer. Dengan pendekatan “dakwah sambil mabar (*main bareng*) Mobile Legends”, ia tidak hanya menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui medium yang mereka sukai.



Gambar 1. 1 Profil akun Tiktok @abiazkakiaa

Sumber: Akun TikTok @abiazkakiaa

Per 2 September 2025 akun @abiazkakiaa memiliki 1,2 juta pengikut dengan total suka mencapai 57,9 juta. Salah satu kontennya bahkan mendapatkan lebih dari 6,2 juta penayangan, sementara video lain mencapai angka 4,8 juta dan 2,2 juta penonton. Selain itu, dalam sesi *Q&A* terkait Mobile Legends, akun ini mencatat 9.397 komentar, yang menunjukkan tingkat keterlibatan (*engagement*) *followers* yang sangat tinggi. Angka ini bukan hanya statistik, tetapi juga menggambarkan bahwa pendekatan dakwah berbasis *game* mendapat sambutan luas dan positif dari audiens.

Komentar-komentar yang muncul sering kali berisi pertanyaan serius terkait agama, tanggapan positif terhadap gaya dakwah, hingga ungkapan apresiasi karena sang pendakwah mampu “masuk” ke dunia mereka. Salah satu contoh komentarnya adalah “*Pak Ustad maaf mau nanya, hukum spin dalam ML bukannya termasuk judi ya pak ustad*”.



Gambar 1. 2 Komentar pada akun TikTok @abiazkakiaa

Sumber: Akun TikTok @abiazkakiaa

Fakta ini menunjukkan adanya penerimaan yang baik dari audiens serta terbentuknya ruang dialog yang lebih interaktif dibandingkan dengan dakwah konvensional. Dengan demikian, dakwah tidak lagi sekadar bersifat *top-down*, melainkan berkembang menjadi komunikasi dua arah antara dai dan *followersnya*.

Dari perspektif komunikasi, persepsi audiens menjadi kunci dalam menentukan efektivitas pesan. Teori persepsi menjelaskan bahwa persepsi ialah proses individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan, dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan di mana individu tersebut berada yang berasal dari proses belajar dan pengalaman (Fahmi, 2021: 11). Artinya, konten dakwah yang sama bisa dipahami secara berbeda oleh *followers* yang berlatar belakang beragam. Oleh karena itu, penelitian mengenai persepsi *followers* akun @abiazkakiaa memberikan kajian baru, tidak hanya dalam memperkaya teori komunikasi dakwah digital, tetapi juga dapat memberikan gambaran praktis bagi para dai dan kreator konten lain tentang bagaimana strategi dakwah yang efektif di era media sosial.

Namun keberhasilan akun @abiazkakiaa juga tidak terlepas dari cara ia mengemas konten dakwah. Misalnya, penggunaan bahasa yang sederhana, ringan, dan akrab dengan gaya komunikasi anak muda membuat pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diterima. Bahkan dalam beberapa kesempatan, @abiazkakiaa mampu menyelipkan humor atau analogi yang terkait dengan *Mobile Legends* untuk menjelaskan konsep-konsep Islam yang kompleks. Strategi komunikasi semacam ini menciptakan kesan bahwa dakwah tidak selalu harus serius, tetapi bisa juga disampaikan secara menyenangkan tanpa mengurangi substansi ajaran agama.

Selain itu, fenomena ini merefleksikan adanya pergeseran paradigma dakwah di era digital. Jika sebelumnya dakwah identik dengan ruang masjid, mimbar, atau majelis taklim, kini dakwah juga menemukan ruang barunya di arena *game online*

(Huda, 2022: 4). Hal ini menegaskan bahwa dakwah Islam adalah proses yang dinamis, mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, serta responsif terhadap kebutuhan dan karakteristik audiens. Kehadiran akun @abiazkakiaa menjadi bukti nyata bahwa dakwah di media sosial tidak hanya sekadar tren sesaat, tetapi berpotensi menjadi model baru dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada generasi muda.

Sebab pada hakikatnya, dakwah diartikan sebagai usaha untuk memberikan penawaran kepada orang lain agar bersikap condong dan termotivasi untuk melakukan serta menjalankan nilai-nilai dan ajaran Islam, baik melalui perkataan ataupun perbuatan (Siregar, 2015: 204). Dalam pengertian ini, dakwah dalam pelaksanaannya bukan hanya bersifat teoretis-instruktif melainkan juga menuntut adanya tindakan empiris-kontekstual (Ridwan, 2022: 72).

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, sebagian besar studi telah banyak membahas akun-akun dakwah di TikTok dari sisi analisis isi pesan dakwah, strategi komunikasi, fenomenologi pengalaman dakwah digital, hingga pengaruh terpaan dakwah terhadap audiens. Namun, penelitian yang secara khusus menyoroti persepsi *followers* terhadap konten dakwah akun @abiazkakiaa masih jarang ditemukan. Padahal, persepsi *followers* menurut peneliti sangat penting untuk dipahami karena dapat memberikan gambaran sejauh mana pesan dakwah diterima, dipahami, dan direspons oleh audiens.

Urgensi penelitian ini semakin kuat ketika melihat besarnya pengaruh TikTok terhadap pola pikir dan perilaku generasi muda. Sebagai *platform* yang bersifat *personalized* dan berorientasi pada algoritma, TikTok memungkinkan pesan

dakwah untuk terus muncul dalam FYP penggunaanya, membentuk semacam lingkungan virtual yang penuh dengan nilai-nilai keagamaan. Jika *followers* memiliki persepsi positif terhadap konten tersebut, maka dakwah digital dapat menjadi sarana efektif dalam menanamkan nilai Islam. Sebaliknya, apabila persepsi audiens cenderung negatif, maka potensi dakwah digital bisa tereduksi hanya menjadi hiburan semata.

Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan kajian terkait persepsi *followers* akun TikTok @abiazkakiaa. Fokus pada persepsi *followers* menjadi penting karena dapat menggambarkan sejauh mana pesan dakwah digital dipahami, diterima, dan mungkin memengaruhi kehidupan sehari-hari pengikutnya. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan sumbangan akademis, tetapi juga dapat menjadi masukan praktis bagi pengembangan strategi dakwah yang lebih relevan, kreatif, dan efektif di tengah derasny arus digitalisasi.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam yang dituangkan ke dalam sebuah bentuk penelitian dengan judul, “Persepsi *Followers* Pada Konten Dakwah di Tiktok @Abiazkakiaa (Studi Kasus Pada Pengikut Akun @Abiazkakiaa)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dirumuskan beberapa fokus permasalahan yang akan menjadi inti bahasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana proses seleksi *followers* akun @abiazkakiaa dalam menerima dan memilih konten dakwah yang disampaikan melalui game Mobile Legends di TikTok?

2. Bagaimana cara *followers* akun @abiazkakiaa dalam mengorganisasi informasi terhadap pesan dakwah yang disampaikan dalam konten game Mobile Legends di TikTok?
3. Bagaimana interpretasi *followers* akun @abiazkakiaa terhadap gaya penyampaian dakwah melalui konten game Mobile Legends di TikTok?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, mencakup :

1. Untuk menganalisis proses seleksi *followers* akun @abiazkakiaa dalam menerima dan memilih konten dakwah yang disampaikan melalui game Mobile Legends di TikTok.
2. Untuk menganalisis cara *followers* akun @abiazkakiaa dalam mengorganisasi informasi terhadap pesan dakwah yang disampaikan dalam konten game Mobile Legends di TikTok.
3. Untuk menganalisis interpretasi *followers* akun @abiazkakiaa terhadap gaya penyampaian dakwah melalui konten game Mobile Legends di TikTok.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, peneliti berharap penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik secara praktis maupun teoritis.

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru bagi dai, pegiat dakwah, konten kreator, maupun komunitas tentang bagaimana media sosial sebagai *new media* dapat digunakan sebagai media penyebaran dakwah melalui berbagai cara, salah satunya melalui *game online* Mobile Legends. Hal ini dapat membuka wawasan akan pentingnya inovasi dan strategi dalam menggabungkan

elemen digital dan spiritual dalam menyampaikan ajaran agama tanpa menghilangkan esensi dari dakwah tersebut. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dalam bidang komunikasi, khususnya terkait dakwah digital dan strategi media sosial. Penelitian ini juga memberikan dasar bagi kajian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi medium-media lain dalam dakwah atau membandingkan efektivitasnya di berbagai *platform*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan praktis bagi lembaga dakwah, ustadz, dan dai untuk menyesuaikan metode dakwah mereka dengan perkembangan teknologi dan media sosial, sehingga pesan-pesan keagamaan dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat digital. Selain itu, penelitian ini juga memberikan masukan kepada pengguna media sosial untuk memahami cara-cara baru dalam mempromosikan nilai-nilai positif melalui konten yang mereka buat.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoritis

Persepsi merupakan proses aktif untuk menciptakan makna dengan cara menyeleksi, menyusun, dan menginterpretasikan manusia, objek, peristiwa, situasi, atau fenomena lainnya (Aesthetika, 2018: 28). Persepsi adalah proses interpretasi yang memungkinkan seseorang untuk memilih, mengelola, dan menafsirkan berbagai rangsangan yang diterima melalui pancaindra menjadi sebuah gambaran yang bermakna tentang realitas di sekitarnya (Nisa, 2023).

Persepsi diri merupakan hasil dari proses yang berlangsung secara terus-menerus, saling memengaruhi, dan tidak terpisah satu sama lain. Secara umum,

persepsi dapat dipahami sebagai suatu proses psikologis yang memungkinkan individu memberikan makna terhadap berbagai informasi atau rangsangan yang diterimanya dari lingkungan. Proses ini tidak bersifat pasif, melainkan aktif dan melibatkan pemilihan, pengolahan, serta penafsiran terhadap apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan. Artinya, apa yang seseorang persepsikan bukanlah cerminan objektif dari realitas semata, melainkan hasil konstruksi dari berbagai faktor internal dan eksternal yang saling memengaruhi.

Proses ini terdiri dari tiga tahapan utama yang saling berkaitan. Pertama adalah seleksi, yaitu tahap di mana seseorang secara sadar atau tidak sadar memilih untuk memberi perhatian pada rangsangan atau situasi tertentu dari sekian banyak yang ada di sekitarnya. Kedua adalah organisasi, yaitu proses ketika informasi yang telah dipilih tadi diolah dan disusun sedemikian rupa sehingga memiliki makna tertentu bagi individu tersebut (Aesthetika, 2018: 29).

Dalam proses organisasi ini, pemahaman seseorang terhadap realitas tidak datang begitu saja, melainkan dibentuk melalui kerangka berpikir yang telah dimiliki sebelumnya, yang dalam kajian psikologi kognitif dikenal sebagai skema. Teori konstruktivisme menjelaskan bahwa seseorang mengatur dan menafsirkan pengalaman berdasarkan skema atau struktur mental yang dimilikinya (Aesthetika, 2018: 29). Skema ini terbentuk dari berbagai faktor, seperti pengalaman pribadi, nilai budaya, lingkungan sosial, hingga interpretasi terhadap diri sendiri.

Persepsi setiap individu tidak bersifat seragam. Bahkan terhadap rangsangan yang sama, dua orang bisa memiliki persepsi yang berbeda. Hal ini dikarenakan persepsi sangat dipengaruhi oleh banyak faktor, mulai dari pengalaman masa lalu,

nilai-nilai yang diyakini, pengetahuan, motivasi, hingga kondisi emosional seseorang. Selain faktor internal, aspek eksternal seperti cara penyampaian pesan, konteks sosial, dan medium yang digunakan juga turut memengaruhi hasil akhir persepsi seseorang (Nisa, 2023).

Tahapan dalam pembentukan persepsi umumnya mencakup tiga proses utama, yaitu seleksi, pengorganisasian, dan interpretasi. Pada tahap seleksi, individu menentukan stimulus mana yang layak untuk diperhatikan. Stimulus yang terpilih kemudian disusun secara sistematis dalam pikiran agar membentuk pola yang bisa dimengerti. Setelah itu, proses interpretasi memberi makna terhadap pola yang telah tersusun tersebut. Makna yang muncul tidak lepas dari latar belakang pengalaman pribadi dan budaya sosial seseorang (Nisa, 2023).

2. Kerangka Konseptual

Fenomena dakwah digital di media sosial TikTok semakin marak digunakan oleh generasi muda sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan. Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dakwah dari metode konvensional, seperti ceramah atau kajian tatap muka, menuju *platform* yang lebih populer dan mudah diakses. TikTok menjadi salah satu media sosial yang strategis karena mampu menjangkau audiens yang luas, terutama generasi Z dan milenial, yang cenderung menyukai konten singkat, visual, serta interaktif. Fenomena ini menjadi pintu masuk untuk memahami bagaimana media sosial, khususnya TikTok, membentuk pola komunikasi dakwah baru yang lebih kreatif dan adaptif terhadap kebutuhan audiens masa kini.

Salah satu akun yang menjadi objek penelitian ini adalah akun @abiazkakiaa, yang menyampaikan dakwah dengan pendekatan unik melalui *game online* Mobile Legends. Inovasi ini bukan hanya menghadirkan cara baru dalam berdakwah, tetapi juga menjadi strategi untuk menarik perhatian generasi muda dengan mengaitkan ajaran Islam pada aktivitas hiburan yang mereka gemari. Dengan mengemas pesan keislaman dalam bahasa yang ringan, kontekstual, dan dekat dengan keseharian audiens, akun ini berhasil membangun *engagement* yang tinggi dari *followers* nya. Konten dakwah berbasis *game* ini menjadi objek utama penelitian karena menampilkan kombinasi antara nilai religius dan konten hiburan, sehingga memungkinkan lahirnya beragam persepsi dari para pengikutnya.

Untuk menganalisis bagaimana persepsi *followers* terhadap konten dakwah tersebut, penelitian ini menggunakan teori persepsi dengan tiga tahapan utama, yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Pertama, tahap seleksi menggambarkan bagaimana *followers* memilih dan memperhatikan pesan dakwah yang relevan dengan kebutuhan atau minat mereka. Tidak semua informasi yang ditampilkan akan diterima sepenuhnya, sehingga hanya bagian tertentu yang dianggap penting atau menarik yang kemudian mereka fokuskan. Kedua, tahap organisasi menjelaskan bagaimana *followers* menyusun dan mengaitkan pesan dakwah yang diterima dengan pengetahuan, pengalaman, dan nilai-nilai yang sudah mereka miliki sebelumnya. Proses ini memungkinkan pesan dakwah dikategorikan secara lebih terstruktur dalam kerangka berpikir masing-masing individu. Ketiga, tahap interpretasi merupakan proses memberikan makna terhadap pesan dakwah tersebut.

Pada tahap ini, *followers* menilai apakah dakwah yang disampaikan melalui *game online* dianggap efektif, inspiratif, atau justru dipandang sebatas hiburan semata.

Hasil dari tahapan persepsi tersebut akan memperlihatkan bagaimana *followers* akun @abiazkakiaa memahami, menilai, dan merespons konten dakwah yang mereka konsumsi. Persepsi ini tidak hanya mencerminkan efektivitas metode dakwah digital, tetapi juga dapat memberikan gambaran lebih luas mengenai kecenderungan generasi muda dalam memaknai pesan keagamaan di era media sosial.



Gambar 1. 3 Kerangka Konseptual

Sumber: Data Penelitian, 2025.

3. Langkah-Langkah Penelitian

Langkah penelitian dikenal juga dengan metodologi penelitian atau prosedur penelitian. Isinya yaitu Lokasi penelitian, paradigma dan pendekatan, metode penelitian, jenis data dan sumber data, informan, teknik pengumpulan data, teknik penentuan keabsahan data, dan teknik analisis data (Enjang, et al., 2021: 16-20).

Langkah-langkah penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Lokasi Penelitian.

Penelitian ini dilakukan secara *online* karena objek dan subjek penelitian sepenuhnya berada dalam ruang digital. Objek penelitian berupa konten dakwah pada akun @abiazkakiaa, sementara subjek penelitiannya ialah *followers* akun @abiazkakiaa.

Dengan demikian, penelitian ini akan mengamati bagaimana *followers* melakukan proses persepsi melalui seleksi, organisasi, dan interpretasi terhadap konten dakwah di akun @abiazkakiaa. Pelaksanaan penelitian secara *online* memungkinkan peneliti untuk memperoleh data langsung dari ruang digital yang sama dengan lokasi fenomena penelitian, yakni *platform* TikTok. Selain itu, metode *online* juga memudahkan pengumpulan data dari *followers* yang berasal dari berbagai daerah, sehingga memberikan gambaran lebih luas tentang bagaimana konten dakwah berbasis *game online* dipersepsikan oleh audiens yang heterogen.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Konstruktivisme menekankan bahwa realitas sosial dibentuk secara subjektif melalui interaksi individu dengan lingkungan. Dalam konteks ini,

kebenaran dipahami sebagai hasil konstruksi sosial yang bervariasi, bergantung pada pengalaman dan konteks individu atau kelompok. Paradigma ini dipilih untuk memahami persepsi *followers* terhadap konten dakwah di TikTok @abiazkakiaa. Melalui paradigma konstruktivisme, penelitian ini berusaha menggaali bagaimana *followers* akun @abiazkakiaa melakukan seleksi, organisasi, dan interpretasi terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui *game online* Mobile Legends.

3. Metode Penelitian

Menurut Suryabrata (2013: 63), metodologi penelitian merujuk pada langkah-langkah yang harus dilakukan dalam menjalankan sebuah penelitian. Metode penelitian membahas tentang tata cara atau langkah pelaksanaan penelitian yang mencakup prosedur dan teknik penelitian.

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan studi kasus sebagai strategi utama dalam pelaksanaan metode kualitatif. Bungin (2007) menyatakan bahwa studi kasus adalah strategi penelitian yang digunakan untuk memahami secara mendalam dinamika yang terjadi dalam satu fenomena tertentu. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi secara detail terhadap suatu unit analisis, baik itu individu, kelompok, organisasi, maupun fenomena sosial tertentu, dengan mempertimbangkan konteks yang melingkupinya.

Pemilihan studi kasus dalam penelitian ini didasarkan pada fokus penelitian yang mengkaji persepsi *followers* akun @abiazkakiaa. Fenomena dakwah berbasis *game online* yang dilakukan oleh akun @abiazkakiaa merupakan bentuk inovasi komunikasi dakwah yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menelusuri bagaimana *followers* akun @abiazkakiaa

memaknai konten dakwah tersebut, bagaimana mereka menilai efektivitasnya, serta bagaimana interaksi yang tercipta antara dai dan audiens dalam ruang digital TikTok.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a) Jenis Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer mencakup hasil wawancara dengan followers akun @abiazkakiaa, serta dokumentasi interaksi followers dengan konten @abiazkakiaa. Sementara itu, data sekunder terdiri dari literatur yang terkait dengan dakwah digital dan dokumentasi konten, baik berupa komentar, like, dan repost pada TikTok @abiazkakiaa.

b) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori. Sumber primer meliputi followers akun @abiazkakiaa dan konten pada akun @abiazkakiaa, sedangkan sumber sekunder mencakup jurnal penelitian, buku referensi, artikel ilmiah, dan dokumentasi media. Dengan demikian, kombinasi antara data primer dan sekunder ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

5. Informan atau Unit Analisis

Informan dalam penelitian ini ditentukan melalui teknik *purposive sampling* dengan beberapa kriteria. Kriteria tersebut meliputi :

- 1) Merupakan followers aktif akun TikTok @abiazkakiaa.

- 2) Pernah berinteraksi pada konten @abiazkakiaa baik melalui komentar, likes, repost, atau mengikuti live streaming.
- 3) Berada pada rentang usia generasi Z dan millennial.
- 4) Memiliki pemahaman dasar tentang agama Islam.
- 5) Bersedia berpartisipasi dalam penelitian dan memberikan informasi secara terbuka sesuai dengan kebutuhan wawancara.

Jumlah informan yang akan diwawancarai dalam penelitian ini adalah 10 orang *followers*, dengan pertimbangan prinsip ketercukupan data. Artinya proses wawancara akan dilakukan hingga peneliti mendapatkan informasi yang berulang dan tidak muncul lagi data baru yang signifikan. Dengan demikian, jumlah ini tidak bersifat mutlak, namun fleksibel mengikuti dinamika di lapangan.

Melalui teknik *purposive sampling*, peneliti dapat menggali pengalaman subjek *followers* akun @abiazkakiaa yang benar-benar memiliki keterlibatan aktif pada konten @abiazkakiaa.

6. Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Observasi berguna untuk menjelaskan, memberikan, dan memerinci peristiwa atau gejala yang terjadi (Ibrahim, 2016: 145). Observasi berupa pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala terhadap objek penelitian.

Peneliti akan menggunakan internet untuk melakukan observasi non-partisipatif guna mengumpulkan data yang dibutuhkan. Salah satu metode pengumpulan data adalah melalui observasi, dan dalam penelitian ini penulis

menggunakan metode tersebut untuk mengkaji dan menyelidiki terhadap observasi konten tiktok @abiazkakiaa dan observasi interaksi *followers* dengan konten da'wah pada akun @abiaazkakiaa.

b) Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden, caranya adalah dengan cara berkomunikasi langsung secara tatap muka (Afifudin, 2018: 131).

Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*), wawancara semi-terstruktur, dan *focs group discussion (fgd)* dengan 5-7 informan. Menurut Patton, dalam proses wawancara dengan menggunakan pedoman umum wawancara, interview dilengkapi dengan pedoman wawancara yang sangat umum, serta mencantumkan isu-isu yang harus diliput tanpa menentukan urutan pertanyaan, bahkan mungkin tidak terbentuk pertanyaan yang eksplisit.

c) Dokumentasi

Mencari informasi tentang objek atau variabel melalui dokumentasi termasuk dapat melihat melalui catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, risalah, serta sumber online. Pendekatan online adalah pencarian data yang menggunakan teknik pencarian media online, yang memungkinkan peneliti menggunakan data informasi online berupa fakta atau hipotesis. Dengan mengumpulkan informasi yang relevan dengan permasalahan yang diteliti yaitu mendokumentasikan screenshot konten tiktok, rekaman percakapan grup whatsapp, dokumentasi kegiatan komunitas, dan Arsip digital terkait.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penulis penelitian ini menggunakan teknik triangulasi untuk menilai reliabilitas data. Menurut Wiliam Wiersma, triangulasi mencakup verifikasi data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Untuk mendapatkan data yang tepat dan terpercaya, penulis menggunakan teknik Triangulasi untuk menilai keabsahan data (Sugiyono, 2012: 220). Untuk menentukan keabsahan data dalam penelitian ini, digunakan triangulasi yang mencakup beberapa aspek. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber, triangulasi metode menggunakan berbagai metode pengumpulan data, triangulasi waktu mengacu pada pengumpulan data pada waktu yang berbeda, serta member checking dilakukan untuk mengkonfirmasi hasil analisis kepada informan.

8. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan beberapa pendekatan untuk mengatur dan menganalisis data. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih data yang relevan dengan fokus penelitian. Reduksi data bertujuan untuk menyaring informasi yang tidak perlu dan menekankan pada data yang mendukung tujuan penelitian, sehingga memudahkan peneliti dalam mengelola dan memahami informasi yang ada.