

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Dakwah merupakan sesuatu yang berkaitan dengan agama Islam, yaitu suatu kegiatan yang didalamnya mengajak atau mendorong seseorang untuk melakukan hal-hal baik yang tentunya kebaikan itu tidak jauh dari norma agama, dan dakwah merupakan suatu ajakan untuk kita untuk senantiasa selalu mengingat Allah SWT. atau dakwah juga merupakan suatu motivasi untuk manusia agar dapat mengikuti petunjuk dan berbuat ma'ruf serta mencegah perbuatan munkar guna dapat memperoleh suatu kebahagiaan di dunia maupun di akhirat (Mahfuz dan Murshidin, Vol.1, 1952: 17).

Di jaman yang serba modern ini manusia dapat berdakwah dengan apapun, melalui apapun, dimanapun, dan kapanpun, apalagi dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat hari ini juga mempermudah umat muslim untuk dapat berdakwah, salahsatunya melalui media massa yang menggunakan internet.

Media massa internet atau *cyber media* sudah banyak sekali diakses oleh manusia, di Indonesia menurut riset *platform* manajemen media sosial HootSuite juga agensi marketing sosial “Global Digital Reports 2020” hampir 64 persen warga Indonesia terkoneksi jaringan internet, dan penggunaanya pun mencapai angka 175,4 juta sedangkan total warga Indonesia berjumlah 272,1 juta, pengguna internet ini meningkat 17 persen atau 25 juta pengguna dari tahun lalu 2019 (Kumparan, 2020)

Media massa internet yang hari ini sedang *viral* yang sedang banyak digemari oleh khalayak salahsatunya yaitu aplikasi Tiktok, aplikasi tiktok merupakan

aplikasi yang biasanya digunakan untuk mengedit, merekam, dan mengunggah yang menghasilkan suatu video, dan juga video tiktok ini bisa disebar di media sosial lainnya sehingga semua orang selain pengguna tiktok inipun bisa melihat karya yang dibuat oleh seseorang di aplikasi tiktok ini. Pengguna tiktok inipun tidak sedikit jumlahnya, menurut laporan perusahaan riset pasar aplikasi mobile *Sensor Tower* pengunduhan aplikasi tiktok ini mencapai lebih dari 65,2 juta unduhan, negara-negara dengan pemasangan aplikasi tiktok terbanyak selama periode ini yaitu Amerika Serikat dengan 9,7 persen (6.324.000) dan Indonesia dengan 8.5 persen (5.542.000), (Rayana, 2020). Dari hasil riset tersebut terbukti bahwa jumlah pengguna tiktok ini cukup banyak dan peneliti menilai bahwa jika aplikasi tiktok ini dijadikan suatu media dakwah oleh para da'i dirasa cukup efektif, melihat banyaknya pengguna tiktok hari ini.

Kegiatan dakwah ini hendaknya dilakukan oleh semua umat muslim, sebagai tanda bahwa seseorang beriman kepada Allah SWT. dengan menyebarkan suatu kebaikan yang dapat membawa orang-orang sekitarnya pun mengikuti hal-hal baik tersebut, tentunya semua kebaikan yang disebarluaskannya itu juga sesuai dengan ajaran Islam, sebagaimana kalamullah dalam kitab Al-quran, Q.S Ali-imron: 104;

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah kepada yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung” (Q.S. Ali- Imron: 104)*

Dari ayat tersebut perlu kita ketahui bahwa barang siapa yang melakukan suatu kebaikan dan mencegah pada suatu keburukan dalam hal apapun maka

Allah menjanjikan mereka menjadi orang-orang yang beruntung. Kegiatan dakwah ini tidak lain tidak bukan merupakan kegiatan yang mana didalamnya para da'i mengajak pada suatu kebajikan yang mengacu pada pada kitab Al-quran juga mengacu pada sunnah- sunnah Rasul dan para sahabatnya, yang mana nilai baik juga pahalanya sangat besar didapatkan bagi siapapun yang berdakwah, maka bagi seorang muslim hendaklah ia berdakwah dimanapun, kapanpun, dan bagaimanapun caranya.

Dalam kajian ilmu dakwah ada beberapa point penting yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya, salahsatunya yaitu rukun dakwah, adanya rukun dakwah guna sebagai acuan yang harus dipenuhi agar dakwah tersebut dapat terlaksana dengan sempurna, dalam rukun dakwah terbagi juga menjadi beberapa point salahsatunya yaitu media, sebagai alat perantara untuk da'i menghantarkan pesan dakwah tersebut. Adapun media-media yang digunakannya berupa: lisan, tulisan, visual, audio, dan keteladanan (Munir & Ilaihi, Vol 1, 2009:32). Media ini penting diperhatikan dalam berdakwah demi keberlangsungan yang baik saat melakukan kegiatan dakwah ini.

Dalam pembahasan media dakwah peneliti menemukan seseorang yang memanfaatkan media sosial sebagai media berdakwah yang bentuknya berupa visual, ia merekam dan membuat beberapa video yang didalamnya mengandung pesan-pesan dakwah kemudian mengunggah dan menyebarkan di aplikasi tiktok yaitu akun milik @amritsaraje, ada lima belas video yang dibagikan dalam konten akun ini, yang menyebarkan video-video tentang keIslaman, mulai dari tata cara beribadah, cerita para nabi, dan anjuran-anjuran yang dijelaskan oleh

agama Islam. Raje mengemas konten tiktoknya seunik dan semenarik mungkin agar penonton atau pengikutnya dapat memahami pesan yang ia sampaikan, selain itu Raje juga selalu menyisipkan bahasa-bahasa anak kekinian dalam cara penyampaianya sebagai salah satu metodenya agar terkesan dapat menyesuaikan dengan pergaulan anak remaja hari ini.

Media dakwah yaitu alat untuk menyampaikan materi dakwah dari da'i kepada para mad'unya, dan peneliti berpendapat bahwa video akun milik @amritsaraje ini bisa menjadi suatu media dalam penyampaian pesan dakwahnya, dengan ia membuat, mengedit, dan mengunggah video tersebut menjadi cara untuk ia dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah yang telah diajarkan dalam Islam. Raje mengemas konten video tiktok ini dengan berbagai macam kreatifitas agar dapat diterima dengan baik oleh pengikutnya dan banyak khalayak, atau disebut juga sebagai mad'u penerima isi pesan dakwah tersebut.

Dalam aplikasi tiktok penggunanya pasti tidak asing dengan tanda pagar atau *Hashtag* dari kata FYP atau *#foryourpage* yang mengartikan viralnya video yang mereka buat atau dilihat, disukai, dan dikomentari oleh banyak pengguna lainnya, dan konten video akun milik @amritsaraje ini termasuk video-video yang sering muncul di *Hashtag* tersebut, yang mana artinya bahwa konten akunnya sering kali dilihat oleh banyak orang, selain itu pengikutnya pun yang tidak sedikit mendukung untuk Raje terus berkarya dalam membuat video-video yang menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Konten video tiktok yang disebar oleh akun milik @amritsaraje ini mengandung banyak sekali ajakan-ajakan untuk melakukan suatu kebaikan yang

sesuai dengan ajaran agama Islam, begitupun dengan melihat kondisi maraknya aplikasi tiktok ini banyak digunakan oleh khalayak yang memudahkan para penggunanya mendapatkan banyak informasi dari video yang dibagikan dalam akun tersebut. Maka menjadi sebuah ketertarikan bagi peneliti untuk mengangkat objek ini sebagai bahan yang bisa diteliti.

Kemudian salah satu rukun dakwah yang dirasa penting dalam kegiatan berdakwah ini selain medianya yaitu ada pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Tidak dapat disebut seseorang berdakwah apabila ia tidak menyisipkan pesan yang akan disampaikan, bahkan pesan menjadi suatu yang utama dalam berdakwah agar mad'u bisa mendapatkan suatu informasi yang disampaikan oleh da'i.

Pesan dakwah yaitu simbol pesan yang dapat diterima oleh mad'u, berupa kata, gambar dan lain sebagainya atau juga disebut sebagai *maudlu al da'wah*. yang menjelaskan rinci tentang pesan yang disampaikan agar dapat memberikan suatu pengertian juga pemahaman tentang ajakan berbuat kebaikan tersebut dan bahkan bisa merubah sikap dari perilaku mitra dakwah. (Aziz, 2012:318)

Dalam pembahasan pesan dakwah menjelaskan salahsatunya bisa menggunakan simbol gambar atau visual, terbukti dengan video konten tiktok akun milik @amritsaraje ini yang didalamnya membahas tentang apa saja pesan yang ia sampaikan kepada *viewers* nya sebagai mad'u dakwah dalam konten video tiktaknya yang kemudian dapat memberi pemahaman atas pesan tersebut.

Fokus dari pada penelitian ini adalah apa pesan dakwah yang disampaikan oleh akun milik @amritsaraje melalui karya video yang ia unggah dan

disebarkannya yang mana Raje disini sebagai pengguna media sosial tiktok juga sebagai da'i, melalui video yang diunggahnya sebagai media dakwah, dan konten isi dalam video tersebut sebagai isi pesan dakwahnya. Maka untuk menyatupadukan teori tersebut peneliti akan meneliti video tersebut sebagai media dakwah yang berjudul **“Pesan Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok (Studi Analisis Isi Pesan Dakwah pada Video Konten Akun Milik @amritsaraje)”**

### **B. Fokus Penelitian**

Merujuk pada penjelasan latar belakang penelitian, pokok permasalahan yg difokuskan dalam penelitian ini adalah; “Bagaimana isi pesan dakwah pada video konten tiktok akun milik @amritsaraje” sehingga dapat menghasilkan pembaharuan metode dalam berdakwah. Kemudian dari masalah diatas dikerucutkan dalam beberapa masalah yang akan diteliti, diantaranya adalah:

1. Bagaimana pesan dakwah Akidah pada video konten tiktok akun milik @amritsaraje?
2. Bagaimana pesan dakwah Syariah pada video konten tiktok akun milik @amritsaraje?
3. Bagaimana pesan dakwah Akhlak pada video konten tiktok akun milik @amritsaraje?

### **C. Tujuan Penelitian**

Merujuk pada fokus pokok permasalahan penelitian yang dibahas diatas bahwa tujuan daripada penelitian ini adalah untuk meraih hasil data kualitatif

mengenai apa saja pesan dakwah yang terkandung dalam video konten tiktok akun milik @amritsaraje, yang terbagi menjadi beberapa point, yaitu:

1. Agar mendapatkan informasi tentang bagaimana pesan dakwah Akidah pada video konten tiktok akun milik @amritsaraje.
2. Agar mendapatkan informasi tentang bagaimana pesan dakwah Syariah pada video konten tiktok akun milik @amritsaraje.
3. Agar mendapatkan informasi tentang bagaimana pesan dakwah Akhlak pada video konten tiktok akun milik @amritsaraje

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### **1. Secara Akademis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberi pengetahuan dan wawasan lebih tentang cara seperti apa agar pesan dakwah dapat disebarkan melewati video pada unggahan akun media sosial, memperluas pengetahuan Komunikasi dan Penyiaran Islam tentang video pada unggahan akun media sosial dan dapat menjadi salah satu komunikasi yang cukup efektif untuk kegiatan berdakwah, juga dapat digunakan untuk suatu pembaharuan terhadap perkembangan ilmu dakwah khususnya dalam segi penyiaran dakwah melewati aplikasi tiktok.

##### **2. Secara Praktis**

Secara praktis penelitian ini semoga dapat mempermudah pemahaman serta bermanfaat untuk pembaca dan para praktisi dakwah di lapangan, terutama untuk para da'i yang aktif berdakwah di jaman serba modern dengan kecanggihan teknologi yang pesat saat ini, juga membuka jalan peluang untuk kaum muda

penerus bangsa dan umat Islam yang bersemangat dalam berdakwah menyebarkan syariat Islam. Sehingga dapat mengembangkan kreatifitas seseorang yang semakin maju dalam berkarya, menghasilkan, dan menciptakan karya-karya yang positif untuk disebarluaskan. Penelitian ini juga dapat dikembangkan oleh mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam sebagai referensi atau rujukan materi untuk melaksanakan kegiatan berdakwah melalui konten video yang bermanfaat sesuai dengan porsi kebutuhan yang ingin diraih untuk menunjang kesuksesan berdakwah melalui media modern ini.

#### **E. Landasan Pemikiran**

Dalam proses penyusunan penelitian ini, peneliti meninjau dari pada skripsi-skripsi yang telah dirancang sebelumnya. Peneliti mendapatkan beberapa skripsi yang mengkaji tentang unggahan video di media sosial sebagai media untuk kegiatan berdakwah tetapi objek penelitian yang diangkat dan aplikasi yang digunakan berbeda-beda.

Pertama, dalam skripsi yang berjudul “*Dakwah Melalui Video Blog (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Wirda Mansur)*” karya Istianah Rahmawati (1154020069) Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2018. Objek penelitian dari skripsi yang ia rancang yaitu video blog milik Wirda Mansur melalui media sosial yaitu aplikasi youtube.

Kedua, dalam skripsi yang berjudul “*Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan\_attaki*” karya Mida Al Kusani (1522102027)

Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto tahun 2019. Objek penelitian yang ia rancang adalah konten dakwah akun instagram @hanan\_attaki.

Ketiga, dalam skripsi yang berjudul “*Analisis Pesan dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @hijabalila*” karya Nisa Adilah Silmi (B71214054) Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2018. Objek penelitian yang ia rancang adalah mengenai pesan dakwah tentang akhlak pada video akun instagram milik @hijabalila.

Dari hasil penelitian yang ditinjau dari beberapa skripsi lain yang digunakan oleh peneliti untuk suatu perbandingan dengan penelitian ini, adalah tentang pemanfaatan media sosial sebagai media untuk berdakwah dengan cara mengunggah video dan disebarluaskan pada pengguna media sosial lainnya, namun objek penelitian dan model aplikasi yang digunakan berbeda-beda juga memiliki kelebihan dan keunggulan tersendiri yang terdapat pada penelitian tersebut. Adapun landasan atau acuan dari penelitian ini terbagi menjadi beberapa uraian yang akan dibahas, yaitu:

### **1. Landasan Teoritis**

Dakwah adalah aktivitas penyampaian pesan Islam yang mana sumbernya berasal dari Al-quran dan hadits untuk mendorong seseorang pada suatu hal kebaikan (Sukayat, 2015). Sedangkan menurut Ahmad Mansur dakwah adalah perlakuan yang menghasilkan sebuah perubahan baik sosial maupun pribadi sesuai perlakuan pendakwahnya (Muhiddin, 2002).

Dakwah menjadi jalan penghubung kebenaran juga kebajikan, namun faktanya dakwah mengalami banyak sekali dinamika yang terjadi, bukan hanya soal materi dakwah dan da'i tetapi juga sistem yang berlangsung ditengah masyarakat perlu dihadapi. Suatu saat dakwah dapat menjadi sumbu peletup penggerak sosial namun bisa juga suatu saat menjadi sebuah magnet penenang massa, tergantung pada sistem yang melingkupinya (Aliyati, Jurnal KPI, 2020: 313).

Pada dasarnya kegiatan dakwah bukan suatu pekerjaan yang mudah dilakukan oleh manusia namun dakwah merupakan suatu kewajiban dan tuntutan yang harus dipenuhi sebagai umat muslim, maka dakwah merupakan suatu kepentingan yang tidak bisa dibantah dengan adanya ketulusan dan keikhlasan untuk menjalankan segala perintah Allah dan menjauhi larangannya demi terwujudnya masyarakat yang adil dan makmur dan demi mencapai ridho-Nya. Firman Allah yang memerintahkan manusia untuk meneru pada suatu kebaikan dijelaskan dalam (QS. An-Nahl: 125) yang berbunyi:

أَدْخِ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu 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” (QS. An-Nahl: 125)*

Pada ayat tersebut telah jelas dipaparkan bahwa perintah untuk menyeru pada suatu kebaikan atau pada jalan tuhan hendaknya dilakukan untuk seluruh manusia bukan hanya untuk umat muslim saja agar senantiasa mendapatkan

keberkahan dalam hidupnya dan sesungguhnya hanya tuhan yang maha mengetahui siapa saja di antara kalian yang berada di jalan yang sesat dan siapa saja di antara kalian yang mendapatkan petunjuk.

Pesan merupakan sesuatu yang diterima oleh komunikan dari komunikator dengan proses komunikasi, kemudian menurut Hafied dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi menjelaskan bahwa pesan merupakan serangkaian simbol dan isyarat yang dibuat oleh seseorang untuk tujuan tertentu dengan harapan agar pesan isyarat atau simbol tersebut menghasilkan sesuatu (Mida, Skripsi, 2019:27).

Dalam komunikasi pesan adalah unsur terpenting yang perlu diperhatikan, maka pesan harus disampaikan dengan bahasa dan media yang tepat dan jelas agar dapat dicerna dengan baik oleh komunikan, menurut Widjaja (1988:32) ada tiga bentuk penyajian pesan yang ia kemukakan, yaitu:

Informatif, pesan yang disampaikan harus bersifat informatif memberikan sebah informasi yang mengandung keterangan fakta dan data kemudian komunikan yang menyimpulkan sendiri atas pesan tersebut.

Persuasif, pesan yang disampaikan harus bersifat persuasif yaitu adanya ajakan atau dorongan untuk suatu perubahan sikap namun perubahan tersebut tergantung oleh diri sendiri.

Hovland dan Janis berpendapat bahwa dampak dari persuasif dapat dilihat dari perubahan opini yang diawali dari perubahan sikap kemudian perubahan persepsi ke perubahan perasaan hingga pada perubahan tindakan.

Koersif, penyampaian pesan yang sifatnya memaksa dan penuh tekanan atau bentuknya seperti intruksi atau perintah, koersif yaitu suatu usaha untuk meraih suatu tujuan dengan menggunakan kekuatan, yang mana dalam prakteknya dilakukan dalam bentuk intimidasi, boikot, ancaman, sanksi, pemerasan, teror dan lain sebagainya, sehingga komunikan yang menjadi target merasa takut cemas dan terpaksa (Effendy, 1999:81-83).

Maka penyajian pesan merupakan proses pembuatan pesan yang dapat dimengerti sesuai tujuan yang dimaksud. Maksud dari penyajian pesan agar komunikan bisa lebih mudah memahami pesan yang disampaikan untuk sebuah perbandingan dan penilaian.

Broadcasting atau penyiaran berasal dari kata kerja to broadcast artinya sebagai alat berbicara atau menampakkan diri di radio atau televisi (to speak or appear on radio or television). Tetapi dalam kamus lain Broadcasting dapat diartikan sebagai siaran radio dan televisi atau media penyiaran lainnya.

Media penyiaran merupakan suatu media yang menyebarkan informasi berupa produk budaya atau bahkan pesan, guna memengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Media penyiaran memiliki peran penting dalam menyampaikan sebuah pesan atau informasi kepada khalayak. Dalam hal ini walaupun media penyiaran memiliki tujuan yang sama tetapi setiap media penyiaran pasti memiliki ciri khas atau sifat tersendiri dalam menyampaikan pesannya, seperti media televisi dengan kelebihanannya yang merupakan media audio visual gerak akan lebih mudah untuk mempengaruhi pemikiran seseorang, sedangkan radio merupakan media audio yang menuntut seseorang agar lebih bisa

berimajinasi oleh pesan yang di sampainya. Namun terlepas dari itu semua, setiap media penyiaran memiliki keunikan dan cirikhasnya masing – masing. Melihat akan bagaimana cara kerja dari media penyiaran itu sendiri, media penyiaran memiliki kemampuan tersendiri untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas sehingga dalam hal ini menjadikan media penyiaran sebagai objek penelitian penting di dalam dunia ilmu komunikasi massa, di samping ilmu komunikasi lainnya, yaitu ilmu Laporan, komunikasi antarpribadi, komunikasi antar kelompok dan komunikasi antar organisasi. Melihat akan bagaimana media penyiaran, sebenarnya media penyiaran sendiri berawal pada tahun 1887 ketika ahli fisika yang berasal dari Jerman bernama Heinrich Hertz, berhasil mengirimkan dan menerima sebuah gelombang radio. Dalam hal ini sebenarnya sejarah dari media penyiaran sendiri dapat di bagi menjadi dua yaitu sejarah media penyiaran sebagai penemu teknologi, dimana media penyiaran berawal dari ilmuan teknil Eropa dan Amerika menemukan sebuah radio, dan kedua sejarah penyiaran sebagai suatu industri yang dimulai di Amerika (Morissan, 2008: 1).

## **2. Kerangka Konseptual**

Dalam kajian dakwah dijelaskan tentang rukun-rukun dakwah dalam pelaksanaannya salahsatunya yaitu media yang digunakan untuk berdakwah guna media dakwah adalah sebagai alat untuk menghantarkan pesan yang ingin disampaikan oleh da'i kepada mad'u agar kegiatan dakwah berjalan dengan baik dan dirasa efektif dalam penyampaian pesan dakwah juga membantu lancarnya keberlangsungan kegiatan dakwah.

Di era yang serba modern ini dakwah tidak harus terus-menerus dilakukan dengan media tradisional yang sudah biasa dilakukan oleh para da'i seperti halnya ceramah di atas mimbar, pengajian ibu-ibu di suatu majlis, dan lain-lain. Didukung oleh perkembangan teknologi yang semakin berkembang dapat membagi fokus manusia yang berdampak lalai atas kewajibannya untuk berdakwah. Maka media modern yang hari ini ada dapat dimanfaatkan untuk seorang da'i yang hendak terus berkeinginan untuk menyebarkan syariat Islam.

Pada perkembangan teknologi yang cukup pesat ini, banyak sekali manusia yang memanfaatkan kecanggihan ini untuk berdakwah, dengan cara menciptakan sebuah video yang didalamnya berisi pesan-pesan dakwah kajian Islam yang disisipkan, hingga pada akhirnya menarik perhatian bahwa video tersebut dapat digunakan sebagai media berdakwah yang cukup modern. Tanpa kita sadari bahwa banyak sekali potensi dan peluang yang dapat kita gunakan untuk berdakwah dengan pemanfaatan teknologi terbukti dengan hadirnya media-media baru yang bermunculan seperti media massa, media sosial dan masih banyak lagi. Hal ini sangat berpeluang lebih untuk keberhasilan dakwah di jaman yang serba modern ini.

Selain media dalam rukun dakwah juga dijelaskan tentang harus adanya materi atau pesan dakwah yang disampaikan, ini merupakan hal yang sangat penting dalam berdakwah dianggap cacat kegiatan berdakwah apabila seorang da'i tidak ada pesan yang disampaikan kepada mad'unya.

Materi dakwah dijelaskan oleh Samsul Munir Amin yaitu terbagi menjadi beberapa aspek diantaranya adalah (1) Akidah, merupakan pokok kepercayaan

dalam agama Islam atau disebut juga sebagai tauhid inti kepercayaan. (2) Syariat, merupakan masalah keIslaman meliputi hukum dan undang-undang yang ada pada Islam, baik yang bersangkutan antar manusia sendiri, maupun dengan tuhan. (3) Akhlak, merupakan sikap prilaku budi pekerti yaitu melengkapi tentang keimanan seseorang.

Internet merupakan suatu jaringan komunikasi yang menghubungkan satu media elektronik dengan media lainnya, internet yang hari ini mudah dijangkau dan diakses oleh banyak khalayak khususnya di Indonesia menjadi suatu tantangan bagi seluruh penggunanya agar dapat memanfaatkannya dengan baik.

Media sosial yang juga merupakan salah satu media yang menggunakan internet ini juga banyak sekali diakses oleh masyarakat Indonesia melalui beberapa web situs atau aplikasi-aplikasi yang diunduh untuk melaksanakan beberapa aktivitasnya. Tiktok adalah salahsatu aplikasi yang hari ini sedang populer dan marak digunakan manusia dari rentan usia remaja hingga dewasa hampir semua mengunduh dan menggunakan aplikasi ini, tiktok adalah aplikasi untuk mengedit merekam video, juga konten yang digunakan penggunanya berbeda-beda.

Konten video yang beredar di tiktok sangat banyak sekali kategorinya diantaranya ada konten memasak, merias wajah (*make-up*), menyanyi, belajar, dan berdakwah (menyampaikan ajaran Islam).

Pengguna aplikasi tiktok ini terbagi menjadi dua haluan, ada pengguna yang memposisikan dirinya sebagai pencipta atau *video creator* yang membuat dan menciptakan karya untuk disebarluaskan, dan ada juga pengguna yang hanya

sebagai penikmat atau menerima menyambut video- video *creator* yang dibuatnya. Hadirnya *creator-creator* konten tiktok ini mendapatkan sambutan baik oleh para pengguna lainnya, terbukti dari antusiasme pengguna penikmat yang menginginkan konten tersebut untuk dapat sering dibuat dalam akun penciptanya.

Termasuk dengan konten *creator* yang isinya adalah berdakwah, mengajak untuk melakukan suatu kebaikan, yang didalamnya menganut syiar Islam pun tidak sedikit penikmatnya, dengan kekreatifan *creator* yang mengemas video tersebut semenarik dan seunik mungkin, agar dapat diterima dan dipahami dengan jelas oleh para pengguna lainnya.

Video konten tiktok ini juga sudah mempunyai kontrol tersendiri dalam menciptakan video tersebut oleh setiap pengguna atau *creator- creator*nya, tanpa adanya tim produksi editing yang besar mereka dapat mandiri membuat video konten ini. Karena berbagi informasi dan edukasi melalui internet dan media sosial ini dirasa cukup mudah dan bermanfaat. Maka tiktok berpeluang besar untuk meraih keberhasilan berdakwah jika dilakukan dengan baik dan benar.

### **3. Hasil Penelitian yang Relevan**

Dakwah di jaman yang serba modern ini menjadi suatu rintangan dan tantangan yang cukup berat terutama dalam aspek media yang digunakan oleh para da'i. Da'i dituntut harus memahami dan mengerti metode pemanfaatan media dalam menggunakan teknologi yang terus berkembang termasuk keahlian dalam menggunakan internet dengan baik dan benar.

Hari ini hampir semua manusia dan umat muslim memiliki *gadget* atau alat teknologi yang biasa dilakukan untuk mencari suatu informasi yang tersebar di media sosial, dan juga umat muslim dapat mengakses internet ini untuk media kegiatan dakwah. Konteks yang dimaksud dalam kegiatan dakwah disini adalah jenis dakwah hadir dalam berbagai bentuk termasuk seseorang yang menciptakan video konten melalui aplikasi tiktok yang berisi pesan dakwah tentang syariat Islam yang kemudian dibuat sekreatif dan semenarik mungkin.

Perkembangan internet yang semakin luas ini berpeluang besar bagi agama-agama untuk menyebarkan hal positif dan menjunjung suatu kebaikan termasuk agama Islam. Seperti yang sudah kita ketahui bahwa agama Islam merupakan agama dakwah, yaitu agama yang menuntut setiap penganutnya agar ikut serta menyebarkan ajarannya. Maka internet relevan digunakan sebagai media kegiatan dakwah.

Melihat karakteristik media baru yang bersifat interaktif dan informatif hendaknya bisa memperluas gerak manusia dalam aktivitas komunikasi. Sifat interaktif pada media baru dapat menghantarkan manusia pada teknologi yang secara umum bermaksud untuk membuat segala sesuatu bisa lebih mudah (Rahmawati, Skripsi, 2018:14).

Ada beberapa objek penelitian yang akan diteliti oleh peneliti diantaranya media dakwah, isi pesan dakwah, metode berdakwah dan lain- lain. Sebagaimana yang telah dipaparkan diatas bahwa hari ini perkembangan internet yang semakin maju berpotensi baik jika dimanfaatkan untuk kegiatan berdakwah. Aplikasi tiktok yang hari ini sedang populer digunakan banyak khalayak juga mendukung

untuk keberhasilan aktivitas dakwah ini. Maka menjadi suatu pembaharuan dan relevan apabila peneliti meneliti media dakwah baru yang hari ini sedang populer dan banyak digunakan oleh khalayak.

## **F. Langkah-Langkah Penelitian**

Menurut rujukan buku Panduan Penyusunan Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (2020:17-20), dijelaskan bahwa ada beberapa tahapan-tahapan yang akan dilaksanakan dalam proses penelitian ini yaitu: tempat atau lokasi penelitian, paradigma dan pendekatan, tatacara penelitian, jenis data, sumber data, penentuan informan dan unit analisis, teknik pengumpulan data, teknik penentuan keabsahan data, teknik analisis data, dan rencana jadwal penelitian.

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat suatu penelitian berlangsung. Dalam penelitian ini lokasi penelitiannya adalah pesan dakwah pada konten video konten tiktok akun milik @amritsaraje.

### **2. Paradigma dan Pendekatan**

Pendekatan dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif karena dirasa tepat dalam objek penelitiannya yaitu video konten tiktok akun milik @amritsaraje, yang mana tujuan dari pendekatan ini ialah untuk menguraikan data yang sudah ada serta situasi yang terjadi juga didalamnya menerangkan sikap, hubungan, pertentangan, serta pemahaman yang timbul dalam suatu cangkupan responden. Dan pendekatan deskriptif juga menjelaskan

tentang keadaan yang sudah ada tanpa menipu daya pada faktor yang akan diteliti serta meraih sifat data yang apa adanya dan bermakna melalui hasil.

### **3. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis isi, yaitu analisis isi pesan dakwah yang bermaksud agar menjawab segala pertanyaan yang fokusnya terhadap pertanyaan “apa” dan “bagaimana”. Metode analisis isi ini dipilih karena dirasa tepat untuk menguraikan dan menjelaskan beberapa pertanyaan tentang isi pesan dakwah yang terkandung di video konten tiktok akun milik @amritsaraje.

### **4. Jenis Data dan Sumber Data**

#### 1) Jenis Data

Data kualitatif adalah jenis data yang akan digunakan dalam penyusunan penelitian ini yaitu data deskriptif yang ada pada objek atau subjek penelitian.

Adapun jenis data yang difokuskan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Data mengenai pesan dakwah yang mengandung Akidah
- b. Data mengenai pesan dakwah yang mengandung Syariah
- c. Data mengenai pesan dakwah yang mengandung Akhlak

#### 2) Sumber Data

Sumber data penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu:

##### a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu pesan dakwah tentang Akidah, syariah, dan akhlak yang terkandung pada video konten tiktok akun milik @amritsaraje, agar dapat meraih data tentang isi pesan tersebut dari segala

perkataan atau kalimat yang diucapkan oleh Raje dalam unggahan videonya. Dan menghasilkan suatu kesimpulan dari semua isi pesan dalam video tersebut. Jumlah video unggahan akun milik @amritsaraje ini sangat banyak, namun peneliti hanya mengambil lima belas sampel yang akan diteliti dengan alasan video konten dakwah tersebut sudah terputar sebanyak diatas 100.000 kali bahkan 1.000.000 kali terulang.

#### b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yang digunakan oleh peneliti yaitu adalah sumber yang diharapkan dapat menambah informasi tentang tentang video konten tiktok, seperti jurnal, artikel, koran atau buku yang bersangkutan.

### **5. Informan atau Unit Analisis**

Informan atau unit analisis yang peneliti pilih demi terlaksananya penelitian ini adalah Amritsa Muhamad pemilik akun tiktok @amritsaraje seseorang yang menciptakan, membuat dan mengunggah langsung video konten dakwah ini.

### **6. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1) Observasi**

Data yang diangkat menjadi objek observasi yaitu seluruh isi pesan dakwah yang terkandung dalam video unggahan tiktok akun milik @amritsaraje. Lalu peneliti menggunakan teknik observasi partisipan, yakni peneliti ikut serta menjadi *follower*/pengikut tiktok akun milik @amritsaraje tanpa adanya intervensi yang bermaksud agar mendapat informasi lebih dengan *obsever*.

## **2) Dokumentasi**

Dokumentasi yang dilakukan penulis yaitu dengan cara mengunduh video-video yang telah diunggah oleh akun milik @amritsaraje, mengumpulkan beberapa dokumentasi lainnya juga yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, mencatat, menerangkan, dan menghubungkan dengan objek penelitian yaitu video unggahan tiktok akun milik @amritsaraje.

## **3) Wawancara**

Wawancara yang dikerjakan oleh peneliti adalah wawancara melalui kontak pribadi pemilik akunnya @amritsaraje langsung. Peneliti tidak melakukan wawancara secara tatap muka dikarenakan lokasi yang berjauhan tidak memungkinkan untuk bertemu, namun peneliti melakukannya melalui kontak pribadi pemilik akun tersebut.

## **7. Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Peneliti memakai teknik Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data penelitian melalui perbandingan antara sumber, teori, cara, atau analisis yang digunakan oleh peneliti.

## **8. Teknik Analisis Data**

### **1) Reduksi Data**

Ada dua langkah yang dimanfaatkan oleh peneliti dalam mereduksi data, diantaranya: Tahap pertama, peneliti mengkaji unggahan sesuai dengan kajian yang ditentukan serta tujuan dari pada penelitian ini, lalu dianalisis menggunakan beberapa teori yang bersangkutan. Tahap kedua yaitu peneliti menggabungkan data-data yang didapat dari sebuah observasi, dokumentasi, dan wawancara, lalu

peneliti berargumen tentang objek penelitian yang dianalisis, yaitu pesan dakwah yang terkandung pada video konten tiktok akun milik @amritsaraje.

## 2) Menarik Kesimpulan

Peneliti akan menarik kesimpulan dari segala pelaksanaan penelitian yang dijalani dan informasi yang telah didapat untuk meraih hasil yang menjadi maksud dan tujuan penelitian ini.

## 9. Rencana Jadwal Penelitian

No	Rencana	Bulan					
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Maret
1	Menemukan permasalahan	✓					
2	Penyusunan proposal		✓				
3	Bimbingan	✓	✓				
4	SUPS			✓			
5	Revisi			✓			
6	Sidang						✓

## 10. Panduan Wawancara dan Observasi

Wawancara dalam penelitian ini berfokus pada pencarian informasi dan pengumpulan data yang berkaitan pesan dakwah yang terkandung pada Video Konten Tiktok Akun Milik @amritsaraje. Adapun pertanyaannya meliputi sebagai berikut:

- 1) Apa saja pesan dakwah yang terkandung dalam video konten tiktok akun milik @amritsaraje?

- 2) Bagaimana penyajian video yang disebarakan pada pengikut/*follower* akun tiktok @amritsaraje?
- 3) Kapan saja penjadwalan unggahan video tiktok @amritsaraje?

