

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sejalan dengan perkembangan zaman, maka kemajuan teknologi informasi juga semakin berkembang secara pesat. Saat ini penggunaan teknologi informasi dikalangan masyarakat sudah semakin meluas, terlebih lagi dengan hadirnya *handphone* yang memudahkan penggunaanya dalam penggunaannya. Di era teknologi 4.0 ini seluruh kegiatan yang biasa dilakukan dapat dijangkau dengan satu alat serbaguna yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun, tak lain dan tak bukan alat itu adalah *handphone*. Melihat situasi dan kondisi seperti ini, dimana kebanyakan orang tidak dapat terlukat dari *handphone* yang digunakan dalam kesehariannya, *handphone* juga dapat dijadikan media atau alat akan memperoleh ilmu agama dimanapun karena dengan adanya benda tersebut. Alat komunikasi canggih tersebut dapat digunakan secara fleksibel tanpa harus menunggu waktu luang untuk mendapatkan ilmu-ilmu dan dapat memengaruhi orang lain untuk melakukan kebaikan.

Perkembangan *handphone* atau *smartphone* dari masa ke masa sangatlah pesat. Kini, *handphone* yang dulunya hanya bisa

digunakan untuk melakukan panggilan telepon atau mengirim pesan singkat saja telah berkembang menjadi teknologi canggih yang dapat mencakup seluruh kebutuhan masyarakat didalamnya, terlebih lagi dengan munculnya internet. Internet menjadi pengaruh besar dalam dunia teknologi saat ini.

Faktanya, saat ini hampir seluruh media sosial yang digunakan memerlukan akses jaringan internet. Media sosial merupakan media yang menampung kolaborasi antara pengguna yang menghasilkan suatu konten (*user generated content*). Media sosial memiliki fungsi tersendiri yaitu membagikan pesan. Pesan yang dibagikan atau disampaikan melalui media sosial dapat berupa pesan tulisan, gambar, maupun video. Dan saat ini media sosial dapat diakses menggunakan handphone atau *smartphone* sesuai perkembangannya, hal itu tentunya memudahkan manusia untuk mengaksesnya dimanapun mereka berada.

Salah satu media sosial yang tengah ramai digandrungi dikalangan masyarakat terutama remaja adalah TikTok. Tik Tok yang diluncurkan pada September 2016 lalu, aplikasi yang memiliki jutaan pengguna dari seluruh dunia ini mempersilahkan penggunanya untuk membuat video berdurasi pendek mengenai apapun. Dikutip dari internal data, Id Audience, pengguna TikTok di Indonesia sebanyak 92,2 juta orang. Dengan jumlah sebanyak itu menjadikan Indonesia sebagai pasar terbesar kedua dalam

penggunaan TikTok. Pengguna aktif TikTok di Indonesia sendiri mayoritas dari kalangan perempuan. TikTok merupakan aplikasi hiburan yang dapat digunakan sesuai penggunanya. Aplikasi ini juga memiliki batasan usia bagi penggunanya. Dilihat dari AppStore, pengguna aplikasi ini dapat digunakan oleh para remaja mulai dari usia 12 tahun, namun orang dewasa juga tidak kalah banyaknya dalam menggunakan aplikasi ini dan menjadikannya sebagai hiburan. TikTok dapat dijadikan sarana komunikasi di berbagai bidang seperti pendidikan, hiburan, bahkan sosial. Selayaknya komunikasi, dakwah juga merupakan kegiatan komunikasi karena dilakukan oleh lebih dari orang dan ditunjukkan untuk mengirim atau menyampaikan pesan, selain itu ada pula pihak sebagai penerima pesan.

Dakwah erat kaitannya dengan agama Islam, bahkan dakwah memiliki esensi tersendiri bagi umat Islam yang mana wajib dilakukan oleh seluruh umat Islam. Sebagaimana dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. yang melaksanakan dakwah, dakwah disebarluaskan melalui dua cara, yaitu sembunyi-sembunyi dan terbuka. Sebagaimana perkembangan zaman yang telah dibahas sebelumnya, dapat kita lihat bahwa dakwah dapat mengikuti alur kemajuan zaman, salah satunya dengan hadirnya video konten dakwah dalam aplikasi TikTok. Tidak berbeda dengan proses dakwah pada dasarnya, berdakwah dengan menyebarkan video dalam

aplikasi TikTok juga memenuhi seluruh komponen dakwah dan TikTok dijadikan sebagai wasilah atau media perantara penyebarannya.

Seiring berkembangnya teknologi dan penggunaan berbagai macam aplikasi ini membuat perubahan dalam dunia dakwah. Sisi positif yang dapat diambil dari perkembangan ini ialah pengiat dakwah dapat menyebarkan pesan-pesan dakwah melalui media sosial internet, Tiktok. Dengan begitu, pemanfaatan adanya media sosial internet, terlebih pada aplikasi Tiktok dapat menjadi lebih efektif. Penyampaian pesan dakwah melalui media sosial kini menjadi efektif sebagaimana mestinya, terlebih lagi bagi para pengguna TikTok dan biasanya mad'u juga menyukai bentuk penyampaian dakwah secara singkat, padat, dan jelas.

Bagi masyarakat kini media sosial merupakan sesuatu yang lazim untuk digunakan atau bahkan menjadi suatu kebutuhan. Media sosial dapat dibilang menjadi daging bagi keseharian mereka, terlebih lagi saat ini perkembangan teknologi *handphone* sudah semakin pesat. Selain untuk mengisi kegiatan yang kosong seperti situasi pandemi kemarin, media sosial juga dapat digunakan sebagai jendela dunia. Banyak pesan-pesan tersirat yang terselip dalam media sosial, terlebih lagi pada TikTok. Aplikasi yang sebelumnya dianggap tidak bermanfaat saat ini sudah dapat ditemukan manfaatnya. Salah satunya adalah adanya dinamika pergerakan

dakwah didalamnya yang dikemas secara menarik oleh para kreator (da'i). Jadi, mulai saat ini banyak para pemuda yang belajar mengenai ajaran agama Islam dari aplikasi TikTok tersebut.

Saat ini, tidak sedikit konten kreator Tiktok yang memanfaatkan aplikasi tersebut untuk dijadikan wasilah atau media dakwah. Salah satunya ialah Agam Fachrul. Agam Fachrul merupakan salah satu konten kreator yang aktif membagikan konten dakwah yang dikemas semenarik mungkin sehingga tidak heran jika banyak dari pengguna Tiktok yang mengikuti dan menyukai konten-konten yang dibuatnya. Agam Fachrul memiliki pengikut sebanyak 1,6 juta orang dan konten keseluruhannya telah disukai sebanyak 39,5 juta penyuka baik itu dari pengikutnya atau bukan. Dan dilihat dari komentar-komentar di konten videonya yang bermuatan dakwah terlihat bahwa pendengar (mad'u) merasa senang dan berterima kasih atas ilmu yang sudah dijelaskan secara singkat oleh Agam Fachrul dan tidak sedikit juga yang menganggap bahwa konten-kontennya sebagai hidayah atau teguran dari Allah Swt.

Wardi menjelaskan bahwa media dakwah ialah alat yang digunakan para da'i untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. (Bachtiar, 1997 : 35).

Perkembangan media dan internet pada saat ini sangat memudahkan para pengiat dakwah untuk menyebarkan materi atau pesan dakwah yang ingin disampaikan kepada *audience* (mad'u),

khususnya Tiktok. Dalam aplikasi ini para da'I dapat menjelajahi seluruh kreatifitas yang dimilikinya untuk menyebarkan pesan dakwah lalu membagikannya kepada para pengguna yang ditempatkan sebagai penerima pesan dakwah atau mad'u.

Hal-hal yang menjadi pokok dalam kegiatan berdakwah adalah pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam dakwah yang disampaikan oleh da'i. Adapun pesan dakwah merupakan salah satu unsur terpenting dalam dakwah. Selain itu, pesan dakwah juga menjadi tujuan dari kegiatan berdakwah. Karena tujuan utama mad'u sendiri ialah mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan.

Pesan dakwah atau maudu' adalah pesan-pesan yang berupa ajaran agama Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan da'I kepada mad'u yang ada didalam Kitabullah (Al-Qur'an) dan Sunah Rasulullah (Hadits) (Anshari, 1993).

Fokus dalam penelitian ini bertumpu pada isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Agam Fachrul dalam tiap konten video pada akun Tiktoknya. Video dijadikan media dakwah dan konten dalam video tersebut dijadikan pesan dakwah. Maka guna menyeimbangkan teori, peneliti melakukan observasi terhadap konten video sebagai media dakwah dengan menggunakan studi analisis isi pesan dakwah yang terdapat pada akun Tiktok Agam Fachrul.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti menentukan beberapa fokus penelitian in sebagai berikut.

1. Bagaimana pesan dakwah rasional yang terkandung pada akun Tiktok @hiyung_agam?
2. Bagaimana pesan dakwah emosional pada konten akun Tiktok @hiyung_agam?
3. Bagaimana penyampaian pesan dakwah motivational pada konten akun Tik Tok @hiyung_agam?

C. Tujuan Penelitian

Sebagaimana fokus penelitian yang telah ditentukan diatas, maka tujuan penelitiannya ialah sebagai berikut.

- a. Untuk menyadari dan memahami pesan dakwah bermuatan rasional yang terkandung dalam konten video akun Tik Tok @hiyung_agam.
- b. Untuk menyadari dan memahami pesan dakwah bermuatan emosional pada akun Tik Tok @hiyung_agam.
- c. Untuk menyadari dan memahami pesan dakwah bermuatan motivational pada konten akun Tik Tok @hiyung_agam.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dapat diuraikan menjadi 2 (dua) kategori, yaitu:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam terlebih lagi yang bertautan dengan dakwah bahwa kegiatan dakwah tidak selalu bergelut diatas mimbar, melainkan dapat dengan memanfaatkan aplikasi yang memiliki banyak pengguna saat ini, yaitu Tiktok.

Mampu mengambil sisi positif dari perkembangan media massa terlebih lagi dalam internet sebagai media komunikasi untuk menyebarkan kebaikan atau berdakwah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Lembaga

UIN Sunan Gunung Djati Bandung, penelitian ini digunakan sebagai pedoman diri dalam meningkatkan wawasan dan pengetahuan berdakwah dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) yang memafaatkan media berdakwah dengan cara yang berbeda.

b. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan dalam penggunaan media sosial sebagai sarana untuk berdakwah dan menyebarkan kebaikan, serta memaksimalkan penggunaan media sosial dengan cermat.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan masukan dalam penggunaan media sosial untuk kegiatan positif

yaitu berdakwah melalui aplikasi Tiktok.

E. Landasan Pemikiran

a. Landasan Teoritis

Landasan teoritis yang terdapat dalam penelitian ini adalah analisis isi, yang digabungkan dengan teori dakwah serta teori pesan dakwah. Analisis isi ini digunakan peneliti untuk mencari jawaban atas rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian.

Analisis isi teori pesan dakwah Model Alston yang mencakup 3 bagian yaitu teori acuan (*referential theory*), teori ideasi (*ideational theory*), dan teori tingkah laku (*behavioral theory*). Namun, penulis hanya mengambil satu teori saja dalam mendalami pesan dakwah tersebut yakni teori tingkah laku (*behavioral theory*). Terdapat 3 kategori dalam teori tingkah laku (*behavioral theory*) yakni rasional, emosional, dan motivational. Hal ini sangat berkaitan dengan kebutuhan masyarakat zaman sekarang.

Sebagaimana dalam hadits :

“Sampaikanlah dariku walau satu ayat” (HR. Bukhari no.3461). Dalam Al-qur’an Surah Al-Imran ayat 104 dijelaskan bahwa :

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-

orang yang beruntung.”

Dari kutipan hadits dan penggalan ayat al-qur'an diatas dapat dihubungkan dengan pesan dakwah yang terdapat dalam akun TikTok Agam Facrul, metode analisis isi pesan yang digunakan untuk mencari jawaban atas rumusan masalah yakni menganalisis isi pesan dakwah secara sistematis, objektif, dan generalis.

b. Kerangka Konseptual

Dakwah merupakan salah satu kegiatan yang menjadi kewajiban bagi umat muslim dan harus dijalankan sebagai penganut agama Islam. Dakwah merupakan suatu proses penyampaian ajaran Islam kepada umat manusia. (Amin, 2009:5) Proses penyampaian dakwah sendiri dapat dilakukan secara lisan, tulisan, ataupun perbuatan.

Dalam istilah komunikasi, dakwah memiliki beberapa unsur, atau dalam istilah fikih disebut juga dengan rukun dakwah. Rukun atau unsur dakwah memiliki artian sebagai sesuatu yang harus dipenuhi dalam kegiatan dakwah yang mana keduanya memiliki keterkaitan satu sama lain. Adapun unsur-unsur dakwah antara lain: (1) Da'I (penyampai dakwah), (2) Maudu' (Pesan Dakwah), (3) Wasilah (Media Dakwah), (4) Uslub (Metode Dakwah), (5) Mad'u (Objek/Sasaran Dakwah).

Berkaca dengan hal itu, kegiatan dakwah perlu didukung

dengan media untuk melakukan proses penyebaran. Melihat kondisi saat ini yang dimana teknologi sulit semakin maju, membuat media sosial menjadi salah satu aspek yang cukup penting dalam kegiatan berdakwah bagi manusia. Hal tersebut juga membantu dan mempermudah proses penyebaran dakwah dalam tema keislaman.

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari media online yang saat ini tengah digemari oleh masyarakat yang memudahkan para penggunanya untuk menyampaikan informasi, berpartisipasi, berbagi secara mudah. Selain itu, melalui media sosial juga masyarakat dapat menciptakan isi atau pesan atau materi yang ditulis dalam bentuk blog, jejaring sosial, forum, maupun jangkauan dunia virtual lainnya. Media sosial juga menjadi penunjang untuk masyarakat dalam menyampaikan pesan-pesan dalam hal kebaikan, termasuk juga pesan dakwah yang disampaikan para da'i.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mengatakan bahwa media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan memungkinkan dalam hal penciptaan dan pertukaran user-generated content.

Media sosial berkembang dengan saat pesat dari masa ke masa, saat ini media sosial dihiasi dengan kehadiran sebuah

aplikasi pembuat video pendek yang didukung dengan backsound musik, yaitu TikTok. Aplikasi tersebut diresmikan pada September 2016 di China oleh pemiliknya, Zhang Yimin. Dengan aplikasi ini, tiap orang memiliki kesempatan untuk menjadi *content creator* serta memotivasi penggunaanya dalam membagikan ide kreatif yang dibuat dalam bentuk video, lalu disebar luaskan dan dapat dinikmati oleh para pengguna lainnya.

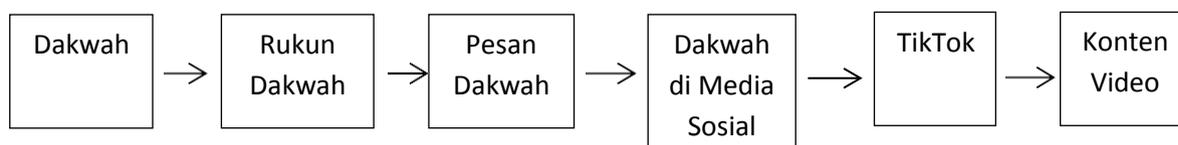
Saat ini aplikasi tiktok menjadi aplikasi yang paling menonjol ketimbang aplikasi lainnya di pasar sosial media. TikTok merupakan aplikasi hiburan yang memudahkan penggunaanya untuk menjadi kreator, hal tersebut disebabkan oleh penggunaannya mudah. Penggunaan media TikTok dapat dikatan sebagai media untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Selain itu, TikTok juga dapat dijadikan media untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah. Hal itu dikarenakan seluruh kegiatan masyarakat saat ini tidak terlepas dari media sosial. Maka dari itu pesan dakwah yang disampaikan melalui media TikTok akan mudah diakses dimanapun dan kapanpun.

Penulis mengkatogerikan pesan dakwah berdasarkan teori yang berlaku yakni meliputi rasional yang berkaitan dengan akal pikiran manusia, kemudian emosional yang timbul akibat pemikiran rasio manusia, dan motivational dampak atau pengaruh akibat rasio dan emosi tersebut.

Pesan dakwah yang disampaikan oleh para pengiat dakwah (da'i) menimbulkan *feedback* tersendiri, yaitu dengan tersedianya kolom komentar yang dapat digunakan oleh para penerima pesan (komunikan). Hal tersebut selaras dengan teori komunikasi yang dikemukakan oleh Shannon Weaver yakni komunikasi dimulai dari orang yang menyampaikan pesan (komunikator) menyusun atau merumuskan pesan lalu mengirimkannya melalui saluran (media) kepada penerima pesan (komunikan) dengan adanya timbal balik yang didapatkan satu sama lain.

Media dakwah yang digunakan zaman ini pun sangat beragam. Salah satunya media tiktok yang menjadi kekinian dan sedang gencar-gencarnya digunakan oleh masyarakat. Dakwah melalui tiktok ini terbilang efektif karena dakwah yang disampaikan hanya intinya saja, sehingga mudah diserap oleh masyarakat luas. Selain itu materi dan bahasa kaitan dakwah disesuaikan dengan *trend* zaman sekarang.

Pernyataan mengenai teori-teori diatas yang telah dijabarkan, dapat disederhanakan sebagai berikut:



c. Hasil Penelitian Sebelumnya

Dalam penelitian ini, ditemukan beberapa penelitian

yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Guna menghindari kesamaan dalam penelitian, maka peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang telah dikaji sebelumnya, antara lain :

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Nama	Tahun	Judul	Metode	Persamaan	Perbedaan
1	Istianah Rahmawati	2019	Dakwah melalui video blog: Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Chanel Youtube Wirda Mansur	Analisis Isi	Penelitian ini memiliki metode penelitian yang sama, yaitu analisis isi.	Media yang digunakan pada penelitian ini adalah Youtube.
2	Sumi Fitriyani	2020	Analisis Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @qoonit	Analisis Isi	Penelitian ini memiliki metode penelitian yang sama, yaitu analisis isi.	Media Sosial yang digunakan pada penelitian ini adalah Instagram.
3	Yulia Nafa Fitri Ramdani dkk	2021	Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial	Studi Deskriptif Kualitatif	Media Sosial yang digunakan pada penelitian ini adalah Tiktok.	Hampir Tidak Ada perbedaan Antara Penelitian yang dilakukan dengan Studi Deskriptif ini.

4	Wandi	2020	Social Media Tik Tok in Islamic Prespective	Studi Deskriptif Kualitatif	Media Sosial yang digunakan pada penelitian ini adalah Tiktok.	Penelitian ini membahas tentang penggunaan aplikasi Tiktok dan Pandangan dalam Islam.
---	-------	------	--	-----------------------------------	---	--

F. Langkah-langkah Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini adalah pesan dakwah yang terdapat pada konten video akun milik Agam Fachrul.

b. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretif yang mana paradigma tersebut merupakan paradigma yang memandang suatu kebenaran tidak dari satu sisi saja, melainkan dari sisi lain. Tujuan digunakannya paradigma ini adalah untuk memahami makna dalam suatu peristiwa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell J.W metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti masalah manusia dan sosial. Yang mana peneliti mendapatkan hasil penelitian berdasarkan data yang didapatkan lalu mendeskripsikannya kedalam tulisan laporan yang lebih rinci.

c. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi. Metode analisis isi merupakan teknik yang dilakukan untuk mendapatkan keterangan dari teks yang disampaikan secara objektif, sistematis, dan generalis. Tujuan digunakannya metode ini ialah untuk menjawab pertanyaan “apa” dan “bagaimana”, yang menjelaskan tentang isi pesan dakwah yang terkandung dalam konten video Tiktok Agam Fachrul.

d. Jenis Data dan Sumber Data

a) Jenis Data

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif, adapun jenis data yang ditentukan dalam penelitian ini memiliki fokus pada:

- 1) Data tentang pesan dakwah yang bermuatan Rasional
- 2) Data tentang pesan dakwah yang bermuatan Emosional
- 3) Data tentang pesan dakwah yang bermuatan Motivational

b) Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dikategorikan kedalam 2 (dua) unsur:

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pesan dakwah rasional, emosional, dan motivational yang

terdapat dalam konten video Tiktok milik Agam Fachrul. Untuk mendapatkan data tentang isi pesan dakwah yang terdapat pada konten video Tiktok Aagam Fachrul yang didapat melalui kata-kata atau ucapan yang diucapkan oleh Agam Fachrul dalam videonya, serta kesimpulan dari seluruh isi pesan dakwah dalam video tersebut. Dalam penelitian kali ini diambil sampel video yang diposting pada 20, 22, dan 25 Juni 2021.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah jelas adanya. Adapun sumber data sekunder yang mendukung penelitian ini adalah buku, artikel, jurnal, dan sumber yang berkaitan dengan konten video.

G. Unit Analisis

Unit analisis yang diteliti dalam penelitian ini adalah teks yang terdapat dalam konten video milik Agam Fachrul ataupun kalimat yang diucapkan oleh Agam Fachrul dalam videonya yang mengandung pesan dakwah didalamnya.

H. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode penelitian dengan cara mengamati objek yang akan diteliti. Observasi yang dilakukan

dalam penelitian ini dilakukan terhadap materi yang disampaikan Agam Fachrul dalam konten video tiktoknya untuk memperoleh data. Adapun jenis observasi yang dalam penelitian ini adalah observasi deskriptif yang mana hasil observasi dituangkan dalam bentuk deksripsi.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang berasal dari dokumen-dokumen seperti buku, arsip, jurnal, serta tulisan angka dan gambar yang dapat mendukung proses penelitian (Sugiyono, 2018:476). Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini diambil menggunakan pengumpulan dokumen, memilih dokumen yang sesuai dengan tujuan penelitian, lalu setelahnya dilakukan pengklasifikaan, pencatatan, penjelasan, penjabaran yang kemudian akan dihubungkan dengan objek penelitian, yakni konten video Tiktok Agam Fachrul.

c) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik dalam mengumpulkan data penelitan. Wawancara (*interview*) adalah suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung (Yusuf, 2014). Metode wawancara

dilaksanakan secara tanya jawab dan tatap muka antara pewawancara dan narasumber.

Teknik pelaksanaan wawancara sistematis maupun tidak sistematis. Sistematis jika menyusun instrumen pedoman wawancara terlebih dahulu dengan tujuan agar informasi yang didapatkan sesuai dengan data yang diperlukan. Tidak sistematis jika melakukan wawancara langsung tanpa instrumen pedoman wawancara. Wawancara era modern dapat dilakukan tanpa tatap muka misalnya melalui media telekomunikasi.

I. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Triangulasi adalah cara yang digunakan peneliti untuk menentukan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data yang digunakan untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap suatu data. (Moleong:2010). Triangulasi bersifat gabungan dari berbagai macam bentuk teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Teknik penentuan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi.

J. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan analisis pada suatu bentuk penelitian yang didapatkan dengan cara memeriksa seluruh data dari unsur penelitian, seperti catatan, dokumentasi hasil rekaman video/audio, wawancara, observasi dan lain sebagainya. Data yang

telah diperoleh diolah menjadi informasi yang dapat dipahami dan bermanfaat terhadap permasalahan yang erat kaitannya dengan penelitian.

Teknik analisis data dilakukan untuk meningkatkan pemahaman peneliti mengenai objek yang dijadikan bahan penelitian sebagai temuan bagi orang lain dan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjut dengan upaya pencarian makna. Teknik analisis data dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu:

a. Pengumpulan Data

Dalam tahapan ini peneliti mengumpulkan beberapa data dengan cara yang dilakukan sebelumnya yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari cara yang dilakukan tersebut peneliti mengumpulkan dan menyimpan konten video TikTok Agam Fachrul serta melakukan wawancara kepada Agam Fachrul dan followersnya.

b. Reduksi Data

Pada tahapan reduksi data ini perlu dilakukannya merangkum, memilih hal yang pokok, serta memfokuskan hal-hal yang penting. Dari data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Adapun reduksi data

yang dilkauan peneliti dalam penelitian ini yakni mengkategorisasikan pesan dakwah yang terkandung dalam video konten akun TikTok Agam Fachrul.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Dalam tahapan ini peneliti akan menentukan data yang digunakan dan data yang tidak perlu digunakan. Dari data yang digunakan dapat ditarik kesimpulan bagaimana isi pesan dakwah, pengemasan pesan dakwah, dan penyampaian pesan dakwah serta digunakan untuk menentukan data yang terverifikasi kevalidannya.

K. Rencana Jadwal Penelitian

Untuk penelitian ini tentu diperlukan rencana jadwal penelitian, sebagai berikut :

Tabel 1.2 Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Bulan				
		November	Desember	Januari – April	Mei - Juli	Agustus
1	Tahap Pertama : Observasi dan Pengumpulan Data					
	Perumusan Masalah dan					
	Penyusunan Proposal					
	Revisi Proposal					
2	Tahap Kedua : Usulan Penelitian					

	Seminar					
	Proposal					
	Revisi Usulan					
3	Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi					
	Pelaksanaan					
	Analisis dan Pengolahan Data					
	Penulisan					
4	Tahap Keempat : Sidang Skripsi					
	Bimbingan					
	Sidang					
	Revisi					