

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi tidak dapat dipisahkan dari masyarakat, tidak dapat disangkal bahwasannya penggunaan media sosial menjadi tempat yang mudah untuk berpartisipasi, mudah mendapatkan informasi, serta menjadi tempat untuk berbagi dan menciptakan berbagai hal tulisan, visual maupun audiovisual. Menurut Nasrullah (2015:11) media sosial adalah media online yang memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, terhubung dengan orang lain, dan membentuk koneksi sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*). Sehingga mampu difahami bahwasannya media sosial adalah sebuah teknologi yang mampu memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan selalu terhubung dengan dunia luar.

Dengan segala kemudahan yang dimiliki media sosial, tentu penggunaannya tidak hanya memakai media sosial untuk alat berkomunikasi maupaun menyampaikan informasi saja. Perkembangan jaman membuat media sosial kini menjadi tempat dengan banyak kegunaan. salah satu kegunaannya yang akan diteliti adalah media sosial sebagai media untuk berdakwah. Menurut Nasaruddin Latif dalam

Hasan (2013:11) mendefinisikan dakwah Islamiyah sebagai segala aktivitas berbentuk lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT, sesuai dengan garis-garis aqidah dan syariat serta akhlaq Islamiyah.

Singkatnya, dakwah mempunyai tiga pengertian, yaitu: 1. Dakwah ialah usaha menyampaikan ajaran Islam oleh pelaku dakwah kepada objek dakwah 2. Menyampaikan ajaran Islam berarti mengajak untuk kebaikan (*amar ma'ruf*) serta mencegah segala keburukan atau maksiat (*nahi munkar*). 3. Ajakan tersebut dilaksanakan dengan maksud terbentuknya suatu pribadi maupun kelompok yang taat agama dan senantiasa melaksanakan seluruh ajaran Islam. Dengan begitu, dakwah ialah usaha dalam menyebarkan agama Islam dengan menyampaikan segala bentuk ajakan kebaikan serta mengingatkan untuk mencegah segala kemaksiatan dengan tujuan akhirnya yaitu terciptanya masyarakat yang sejahtera serta melaksanakan seluruh ajaran agama Islam pada seluruh aspek kehidupan.

Kegiatan dakwah harus bisa dikemas sedemikian rupa dan dengan perencanaan yang matang. Begitupun dalam penyampaian dakwah harus selalu mengikuti perkembangan jaman agar pesan dakwah yang dibawa tidak hanya didengar oleh mad'u akan tetapi dapat diterima dengan baik dan masuk kedalam hati nurani mad'u agar tercapainya kehidupan yang sejahtera dunia akhirat. Kegiatan dakwah tidak harus

selalu berpaku di Masjid atau kegiatan agama lainnya akan tetapi dengan adanya kemajuan teknologi, pelaku dakwah harus mencari alternatif lain dalam menyampaikan dakwahnya. Penyampaian dakwah melalui media sudah populer sebelumnya seperti menggunakan wayang, surat kabar, majalah bahkan media dengan cakupan nasional seperti televisi dan radio bahkan menggunakan film sebagai media dakwah.

Seiring perkembangan internet terutama media sosial menyebabkan semakin mudahnya penggunaan internet untuk melakukan kegiatan berdakwah sehingga memungkinkan aktivitas dakwah menggunakan media sosial. Penyampaian pesan dakwah juga cukup bervariasi seperti menggunakan gambar kartun, menggunakan audio melalui media podcast maupun melalui media audio visual seperti Instagram atau Youtube.

Menurut Hafi Anshari (1993: 146) menyatakan bahwasannya materi dakwah adalah pesan-pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subjek dakwah (*da'i*) kepada objek dakwah (*mad'u*), keseluruhan ajaran Islam, yang ada di dalam al-Quran maupun al-Sunnah. Atau disebut juga *al-haq* (kebenaran yang hakiki) yakni al-Islam yang bersumber al-Quran. Dapat disimpulkan, pesan dakwah merupakan segala ajaran islam yang familiar disebut sebagai syariat islam dan seluruh ajaran islam ini disampaikan oleh subjek dakwah terhadap objek dakwah.

Untuk keabsahan pesan dakwah, semua materi dakwah harus berasal dari dua ajaran utama Islam, yaitu berasal dari al-Qur'an dan Hadits. al-Qur'an sebagai petunjuk dan juga landasan utama dalam islam dari semua sumber hukum yang ada di bumi, karena itu al-Qur'an sudah sepatutnya adalah landasan untuk seluruh pelaku dakwah ketika sedang merumuskan isi pesan dakwah. Apabila dirasa memerlukan penjelasan pelengkap maka landasan selanjutnya yaitu al-Hadits yang dapat diartikan sebagai sumber sekunder islam, al-Hadits yaitu penjelasan dan penjabaran Rasulullah SAW dalam pengaplikasian kehidupan yang berasal dari al-Qur'an. Dengan sumber yang mutlak dan sudah jelas maka akan memberikan kemudahan bagi para subjek dakwah dalam pemahaman materi yang nantinya disampaikan pada objek dakwah melalui berbagai media dakwah dalam pelaksanaannya.

Beragam media yang dapat digunakan oleh pelaku dakwah untuk menyampaikan dakwahnya tergantung bagaimana seorang da'i tersebut ingin menyampaikan dakwahnya. Media Youtube memiliki keunggulan yang memungkinkan pelaku dakwah untuk dapat membuat audio visual dengan durasi yang panjang serta komunitas Youtube yang cukup besar di Indonesia sehingga mudah untuk menarik perhatian objek dakwah, bagi pelaku dakwah yang menyampaikan pesannya melalui tulisan mayoritas menggunakan media Twitter dimana pelaku dakwah dapat menyalurkan tulisannya melalui fitur *thread*, selain itu ada juga media khusus untuk audio seperti Spotify dan Noice yang fleksibel dan *on*

demand sehingga objek dakwah dapat mendengarkan dakwah kapan saja, lalu ada pula media dakwah dengan durasi singkat hanya beberapa detik seperti Instagram Reels, Youtube Short dan TikTok yang sedang tren di kalangan masyarakat dalam dua tahun terakhir.

TikTok adalah media baru yang dapat dijadikan sebagai media dalam berdakwah dengan durasi yang singkat. Di Indonesia hingga saat ini, TikTok mendapatkan pengguna aktif sebanyak 92,2 juta pengguna hingga Juli 2021 dimana angka ini menjadi pasar kedua terbesar TikTok di dunia setelah Amerika Serikat yang membuat TikTok memiliki peluang besar sebagai sarana media dakwah. Hal ini bukan tanpa alasan, TikTok mempunyai bermacam kelebihan di dalamnya yang menarik dimana penggunaannya dapat menambahkan musik dan bermacam filter unik. Selain itu, aplikasi TikTok mempunyai fitur yang memudahkan penggunanya untuk melakukan duet dengan pengguna lain dan proses *editing* video yang mudah serta beberapa kelebihan lainnya. Selain itu algoritma di TikTok cukup mengesankan dimana memungkinkan video yang diunggah akan mendapatkan lebih mudah penonton dibandingkan dengan media sosial lainnya.

TikTok ialah salah satu media dakwah yang cukup efektif dikarenakan pergeseran tren dimana dalam beberapa tahun terakhir pengguna internet lebih menyukai menonton video berdurasi singkat berkisar 15 detik sampai satu menit yang membuat para pembuat konten mendapatkan kesempatan lebih tinggi untuk mendapatkan banyak

penonton untuk kontennya, bagi para penonton pun tidak akan dibuat bosan dengan menonton satu video saja yang berdurasi panjang. Selain itu, bagi para pelaku dakwah di aplikasi TikTok tentu saja menjadi tantangan tersendiri bagaimana mereka menyampaikan dakwah secara singkat tanpa mengurangi maksud pesan dakwah yang akan disampaikan.

Salah satu pelaku dakwah yang menggunakan media TikTok adalah Yudhi Darmawan dengan nama akun *@Yudhidarmawan*. Akun ini telah mengunggah 160 video dengan jumlah pengikut berjumlah 184 ribu dan sudah mendapat 2,9 juta suka. Video yang diunggah oleh Yudhi Darmawan banyak ditonton dan banyak diminati oleh masyarakat khususnya kalangan pemuda atau remaja yang dapat diperhatikan dari komentar pada setiap postingannya, hal ini dikarenakan video dakwah yang ia unggah menggunakan Bahasa sehari-hari yang mudah dipahami serta pembahasannya yang ringan dan relevan dengan keseharian yang dialami oleh masyarakat

Alasan penulis memilih konten TikTok Yudhi Darmawan dikarenakan dakwah yang beliau lakukan sangat menarik untuk dibahas karena pesan dakwah yang dibawa sangat beragam dengan pembawaan yang santai diselingi oleh komedi sehingga sangat relevan dengan kaum remaja. Selain itu, Yudhi Darmawan sebagai pemilik akun menyuguhkan video dengan kualitas gambar video yang baik serta kualitas audio yang jernih dan jelas sehingga dakwah yang dibawa dapat

tersampaikan kepada mad'u. Kedua, dakwah menggunakan media TikTok akan menjadi potensi yang besar untuk kemudian hari dikarenakan video singkat di media sosial sedang ramai digemari masyarakat. Ketiga, dengan meneliti dan mengkaji dakwah melalui media TikTok, penulis dapat melanjutkan pesan dakwah yang di informasikan kepada pembaca karya ilmiah ini. Berdasarkan beberapa hal sudah dijelaskan sebelumnya maka peneliti akan meneliti dengan judul “PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH (*Studi Deskriptif Terhadap Akun TikTok @Yudhidarmawan*)”

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Fokus penelitian ini adalah “Bagaimana pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media dakwah oleh akun Yudhi Darmawan”. Maka peneliti mengajukan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana Proses Dakwah Dalam Akun TikTok @Yudhidarmawan?
2. Bagaimana Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah dalam akun @Yudhidarmawan?
3. Bagaimana Faktor Pendukung dan Penghambat Dakwah melalui TikTok @Yudhidarmawan

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan fokus penelitian diatas yaitu untuk mengetahui beberapa pertanyaan penelitian diatas mengenai dakwah melalui media sosial TikTok akun @Yudhidarmawan.

1. Untuk mengetahui bagaimana proses dakwah pada akun TikTok @YudhiDarmawan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah dalam akun @Yudhidarmawan.
3. Untuk mengetahui bagaimana faktor pendukung dan penghambat dakwah melalui TikTok @Yudhidarmawan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah hasil atau dampak dari hasil penelitian, dari manfaat penelitian terhadap pesan dakwah dalam media sosial TikTok yaitu:

1. Secara Teoritis

Dengan penelitian ini, peneliti berharap bisa menjadikan referensi lain bahwasannya dakwah bukan hanya dilakukan diatas mimbar saja, namun dalam perkembangan jaman seperti saat ini dimana teknologi telah mengalami perkembangan yang semakin canggih akan membantu para pelaku dakwah untuk memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk berdakwah yang lebih kreatif lagi demi tercapainya tujuan dakwah. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi materi perbandingan selanjutnya di generasi mendatang.

2. Secara Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini mampu berkontribusi bagi perkembangan akademis jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam serta menjadi referensi bagi mahasiswa dalam berdakwah menggunakan

media sosial demi menunjang keberhasilan dalam berdakwah menggunakan media sosial

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu dalam penelitian ini mengacu pada karangan yang telah diselesaikan oleh beberapa penulis lainnya yang hampir serupa dengan skripsi ini antara isi serta tujuan penyusunan karya ilmiah. Diantaranya:

No	Penelitian atau Skripsi	Peneliti dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Penelitian oleh Abdul Aziz Said, seorang mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati dengan judul " Pesan Dakwah Milenial di Media Sosial (Analisis Isi Akun Instagram @dakwahmilenials.id) ".	Abdul Aziz Said tahun 2021. UIN Sunn Gunung Djati Bandung	Pembahasan yang dibahas oleh Abdul Aziz memiliki kesamaan yakni dakwah melalui media sosial	Memiliki perbedaan pada media yakni platform media sosial Instagram sedangkan penelitian ini menggunakan media TikTok serta metode penelitiannya
2	Penelitian oleh Adella Widyanti Putri, mahasiswi dari UIN Sunan Gunung Djati dengan judul " Pesan Dakwah Melalui Media Sosial TikTok (Analisis Isi pesan Dakwah Pada Konten TikTok Husain Basyabaiban) ".	Adella Widyanti Putri tahun 2021. UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Persamaan yang ditemukan ialah penggunaan media TikTok sebagai tempat berdakwah.	Perbedaannya yaitu penelitian Adella Putri membahas tentang pesan dakwah melalui TikTok sedangkan penelitian ini meneliti pemanfaatan TikTok

				sebagai media dakwah
3	Penelitian oleh salah satu mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati yakni Istianah Rahmawati " Dakwah Melalui Video Blog (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada channel Youtube Wirda Mansur) ".	Istianah Rahmawati tahun 2019. UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Persamaan yang ditemukan dengan penelitian ini yaitu pemanfaatan media baru dalam berdakwah	Objek beserta media yang berbeda, penelitian Istianah menggunakan media Youtube sedangkan penelitian ini menggunakan media TikTok
4	Jurnal oleh Eko Sumadi, mahasiswa STAIN Kudus dengan judul " Dakwah dan Media Sosial: Menebar kebaikan tanpa Diskriminasi ".	Eko Sumadi tahun 2016. UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Persamaan dari jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah dakwah di media sosial secara umum	Objek yang diteliti sangat berbeda, jurnal tersebut memiliki objek media sosial secara umum sedangkan penelitian ini berfokus pada media dakwah TikTok akun Yudhi Darmawan
5	Jurnal yang ditulis oleh Yori Arfiko, mahasiswi Universitas Riau dengan judul " Pengaruh Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Yufid.TV Terhadap Motivasi Belajar Ilmu Agama Islam ".	Yori Arfiko tahun 2018. UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Persamaan karna ilmiah tersebut dengan penelitian ini adalah tentang berdakwah di media sosial	Perbedaan yang ditemukan yaitu objek penelitian serta media sosial yang diteliti

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Adapun perbedaan secara umum yaitu penelitian ini memiliki fokus pada bagaimana pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media dakwah dikarenakan media TikTok sedang menjadi trend di masyarakat.

F. Landasan Pemikiran

a) Landasan Teoritis

Untuk mendapatkan tujuan dari penelitian ini, peneliti menggunakan teori Determinisme Teknologi McLuhan, Model Komunikasi Laswell, serta teori Strategi Komunikasi Mohr dan Nevin. Ketiga teori ini dianggap penulis sebagai teori paling tepat digunakan dalam penelitian ini dikarenakan tahap penelitian, proses penelitian, dan komponen penelitian yang diperlukan dalam penelitian ada pada ketiga teori ini.

1. Teori Determinisme Teknologi

Teori Determinisme Teknologi dikemukakan oleh McLuhan dalam bukunya yakni *Understanding Media* pada tahun 1964 dan McLuhan beropini bahwasannya teknologi media sudah menciptakan revolusi di tangan masyarakat. Bahkan McLuhan melihat bahwa media berperan sebagai pencipta dan pengelola budaya (McLuhan, 2003).

Technological determinism adalah teori yang bertujuan memberi penjelasan sebab akibat antara teknologi dan sifat masyarakat. Platform media yang beragam membuat manusia kini semakin mengembangkan ide dan kreatifitasnya.

Dalam bukunya, Krug menyatakan bahwa determinisme teknologi adalah konsep yang mempermudah dalam memahami hubungan antara teknologi dan komunikasi intrapersonal. Perkembangan teknologi memberikan banyak kelebihan pada manusia dan membuat segalanya menjadi cepat, teknologi menjadikan segala sesuatu mudah untuk dirubah, dan teknologi menjadikan sesuatu yang biasa menjadi sangat menyenangkan (Krug, 2005).

McLuhan selaku penggagas teori ini berpendapat bahwa media merupakan faktor utama yang paling memengaruhi hal lainnya. Teknologi adalah kekuatan utama yang mengendalikan masyarakat. Premis dasar teori ini adalah bahwa sarana komunikasi membentuk perilaku manusia. Hal ini dikarenakan setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dan unik. Dasar pemikiran McLuhan dalam teori determinisme teknologi, yakni perubahan cara komunikasi akan membentuk keberadaan manusia. Guna memahami pemikiran tersebut, ada tiga kerangka urutan yang ditawarkan oleh McLuhan, yaitu:

- a) Penemuan hal baru dalam bidang teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya
- b) Perubahan komunikasi manusia akan membentuk eksistensi kehidupannya
- c) *We shape our tools and they in turn shape us* (Kita membentuk alat-alat yang diperlukan, dan kini mereka yang akan membentuk diri kita).

2. Teori Model Komunikasi Laswell

Teori ini pertama kali digagas oleh Harold Laswell pada tahun 1948. Teori Laswell merupakan sebuah pemikiran awal tentang komunikasi massa. Laswell menyebutkan proses komunikasi massa sebagai proses *who say what, to whom, through what channel and with what effect*. Teori ini kerap digunakan untuk menjabarkan proses komunikasi massa dikarenakan mempunyai unsur yang lengkap, termasuk peran penting keterlibatan media (Morissan, 2013:10).

Menurut teori tersebut, terdapat lima unsur komunikasi, yaitu komunikator atau pemberi pesan (*who*), pesan atau materi yang disampaikan (*what*), media untuk melakukan komunikasi (*channel*), komunikan atau penerima pesan (*whom*), dan efek atau tujuan komunikasi (*effect*).

3. Teori Strategi Mohr dan Nevin

Mohr dan Nevin mengartikan sebuah strategi komunikasi sebagai penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi yang di dalamnya termasuk frekuensi komunikasi, formalitas komunitas, isi komunikasi, dan saluran komunikasi (Kulvisaechana, 2001: 17–18). Adapun strategi komunikasi yaitu Analisis situasi, mengembangkan rencana, menjalankan perencanaan, serta evaluasi. Teori strategi Mohr dan Nevin memiliki empat komponen yang perlu diperhatikan, agar mendapatkan strategi komunikasi;

- 1) Komunikator, yaitu seseorang yang menyampaikan materi komunikasi. Dalam strategi komunikasi, komunikator memerlukan daya tarik atau ciri khas serta kredibilitas. Daya tarik dapat dicapai dengan mengerti objek dan kondisi komunikasi serta didapat dari penampilan seorang komunikator. Dalam sebuah media, penampilan yang dimaksud dapat berupa konten serta isi materi. Komunikator juga memerlukan kredibilitas seperti memiliki pemahaman terhadap apa yang disampaikan atau memiliki pemahaman yang mendalam agar materi yang disampaikan dipercaya oleh komunikasi.
- 2) Pesan Komunikasi, pesan yang diberikan, serta gaya Bahasa dalam penyampaian pesan harus diperhatikan oleh komunikator sebagai strategi penyampaian. Materi yang disampaikan harus dengan Bahasa umum yang mudah dimengerti oleh penerima mengikuti target komunikasi, isinya jelas dan tidak bertele-tele, serta penyampaian yang seimbang antara positif dan negative agar penerima pesan dapat menimbang pesan yang diterima.
- 3) Media komunikasi, mengalami perkembangan, tidak hanya melalui media cetak ataupun media massa konvensional, tetapi menggunakan media baru yaitu media sosial sebagai media digital internet. Media komunikasi yang digunakan sangat

penting untuk diperhatikan dalam proses strategi komunikasi. Dengan menggunakan media baru di internet dianggap lebih efektif untuk digunakan di jaman sekarang mengingat dari jumlah pengguna dan jangkauannya lebih luas daripada media konvensional.

- 4) Khalayak sasaran, dalam proses komunikasi, tentu ada yang menerima pesan. Untuk dapat diterima oleh khalayak, komunikator selaku pelaku komunikasi perlu menentukan strategi. Salah satunya yaitu dengan menyesuaikan kondisi pengetahuan, serta pengalaman. Jika materi yang diberikan tidak dapat di fahami serta tidak dimengerti oleh komunikan, maka bisa jadi terdapat strategi yang salah.

b) Kerangka Konseptual

Pemanfaatan menurut Davis (1989) yaitu, sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja orang itu. Pengukuran pemanfaatan tergantung pada frekuensi dan variasi teknologi yang digunakan. Dengan definisi ini, dapat diartikan bahwa penggunaannya dapat meningkatkan kinerja mereka yang menggunakannya.

Dakwah mempunyai bermacam pengertian yaitu berupa ajakan atau seruan. Sedangkan pengertian dakwah lebih luas dapat diartikan sebagai upaya untuk memberikan pesan keislaman yang berdasar dari al-Qur'an dan Hadits dengan maksud menyeru serta mengajak untuk

kebaikan yang diridhai oleh Allah SWT untuk mendapatkan rahmat-Nya serta mendapatkan kebahagiaan dunia maupun akhirat. Landasan kewajiban untuk berdakwah terdapat dalam surat An-Nahl ayat 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَاتِّبَاتِي
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.” (DEPAG RI, 2002:281)

Ayat tersebut adalah salah satu landasan kewajiban untuk berdakwah, sekaligus dibahas mengenai beragam metode untuk berdakwah yang dapat dipakai dalam proses penyampaian pesan dakwah. Dakwah adalah suatu aktivitas yang tidak mudah untuk dilaksanakan oleh setiap orang, akan tetapi dakwah juga adalah suatu kewajiban yang harus dijalankan oleh kita sebagai penganut agama Islam. Dakwah menjadi sebuah urgensi yang harus dilakukan dengan adanya sebuah kewajiban untuk menyampaikan setiap perintah dari Allah SWT dan upaya untuk menghindari berbagai hal yang dilarang sebagai usaha untuk menyeru dan mengajak orang lain kepada kebaikan.

Syamsul Munir Amin (2009: 6) menyebutkan bahwa dakwah merupakan bagian yang sangat esensial dalam kehidupan seorang muslim. Esensinya adalah untuk mendorong (memotivasi), bimbingan dan mengarahkan orang lain untuk menerima ajaran Islam dengan

penuh kesadaran, bukan untuk kepentingan pengajaknya, tetapi untuk kepentingan mereka sendiri. Dakwah dalam pelaksanaannya akan terdapat unsur-unsur yang terbentuk secara sistemik, artinya antara unsur yang satu dengan unsur yang lainnya saling berkaitan.

Unsur dakwah artinya sebagai elemen yang mesti ada dalam sebuah proses dakwah. Terdapat enam unsur utama dalam proses dakwah yaitu: *da'i* (pelaku dakwah), *maudu'* (pesan dakwah), *uslub* (metode dakwah), *wasilah* (media dakwah), *mad'u* (objek dakwah), dan tujuan dakwah. Sedangkan konteks dakwah dan respon balik (*feedback*) merupakan situasi dan implikasi yang tak terpisahkan ketika terjadi proses dakwah, dalam arti unsur yang melekat (*iltizam*) (Aliyudin, 2009:73).

Pesan dakwah merupakan segala bahan atau materi yang berisi ajaran-ajaran keislaman yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u dalam aktivitas dakwah demi mencapai tujuan yang telah ditentukan (Tata Sukayat, 2015: 26). Materi dakwah mempunyai tiga karakter utama yaitu persuasi, intruksi dan juga memberi informasi. Menurut Samsul Munir Amin (2013:89) menyebutkan bahwa materi dakwah diklasifikasikan dalam tiga permasalahan pokok yaitu masalah keimanan (*aqidah*), masalah keislaman (*syariah*), dan masalah budi pekerti (*akhlaq*)

Aqidah ialah pokok kepercayaan umat islam yang disebut dengan tauhid serta menjadi landasan kepercayaan dalam Islam. kemudian

syariah yaitu seluruh hukum dan aturan pada Islam berupa hubungan manusia kepada tuhan maupun hubungan sesama manusia. Kemudian yang terakhir yaitu akhlak alias budi pekerti yang pada kegiatan dakwah ialah pelengkap keimanan serta keislaman seseorang.

Dakwah dianggap berhasil ketika berhasil mempengaruhi *mad'u* kepada jalan kebaikan. Maka dari itu, diperlukan strategi dan juga metode dalam berdakwah yang mudah diterima serta menimbulkan antusiasme dari objek dakwah dalam mendengarkan pesan dakwah yang dibawakan. Seorang pelaku dakwah perlu mengerti betul kondisi serta apa yang dibutuhkan *mad'u* nya.

Penyampaian pesan dakwah merupakan salah satu tugas manusia di bumi ini yang sudah diberikan oleh Allah untuk mengingatkan kepada sesama manusia sesuai sesuai kesanggupan dan kemampuan masing-masing insan. Untuk menunjang kemampuan tersebut maka perlu didukung oleh media dakwah dalam pelaksanaannya. Media dakwah memiliki cakupan yang sangat luas meliputi dakwah konvensional seperti diatas mimbar maupun dakwah melalui kajian-kajian di majelis taklim. Adapun media dakwah baru yang sudah cukup populer dalam beberapa tahun terakhir yaitu dakwah menggunakan media sosial.

Media sosial menurut Rulli Nasrullah (2017:11) Ini adalah ruang online yang membantu pengguna berinteraksi, berkomunikasi, berbagi, dan berkolaborasi dengan orang lain, yang membentuk ikatan sosial di dunia maya. Perbedaan antara media konvensional dengan media sosial

secara karakteristik pengguna atau komunikan yang tidak hanya berperan sebagai objek yang diberikan pesan, akan tetapi juga mampu ikut mengomentari, mengarsipkan, menyebarkan pesan hingga membuat pesan. (Jenkins dalam Nasrullah, 2017:31)

Perkembangan media sosial telah memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi dalam membangun komoditas melalui medium internet, terutama melalui media sosial yang beragam, seperti Instagram, Youtube, Twitter, Line, Tiktok, WhatsApp, dan lain sebagainya. Media sosial akan terus mengalami perkembangan dalam masyarakat, perkembangan tersebut berdasarkan kecenderungan trend di tengah masyarakat. Salah satu media sosial yang saat ini sedang digemari yaitu aplikasi TikTok.

TikTok adalah sebuah aplikasi yang menggabungkan video dan musik yang berasal dari Tiongkok. Dengan ketenarannya, aplikasi TikTok sedang menggerakkan industri digital Indonesia. TikTok mengubah ponsel menjadi sebuah studio yang berjalan. Media sosial ini menawarkan efek khusus yang menarik dan sangat mudah digunakan sehingga semua orang dapat dengan mudah membuat video yang luar biasa. (Rahmawati, 2018:1-3). Konten dengan bentuk video menjadi salah satu konten yang paling populer di kalangan *netizen* di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Konten video bahkan menjadi sumber pendapatan baru bagi kaum milenial untuk memonetisasi iklan yang terdapat di akun penggunanya. Sebagai strategi komunikasi merek,

video juga menjadi senjata baru untuk pemasaran. Untuk memudahkan mereka membuat video yang menarik, banyak pengembang yang berlomba-lomba membuat aplikasi edit video.

TikTok memberikan kemudahan serta membuat video pendek dengan cepat yang unik untuk dibagikan dengan teman ataupun masyarakat banyak. Menuangkan pemikiran kreatif sebagai bentuk revolusi konten menjadikan media sosial sebagai tolak ukur baru bagi para pembuat konten online di seluruh dunia, khususnya Indonesia. Banyaknya konten kreator di aplikasi TikTok, maka semakin beragam pula konten didalamnya seperti untuk menjadi media hiburan, media pemasaran, media pembelajaran, hingga media dakwah.

Media dakwah ialah sebuah wadah atau tempat bagi pelaku dakwah dalam memberikan pesan keislaman yang dibawa kepada objek dakwah dengan tujuan menjadikan dakwah lebih efektif dikarenakan adanya media yang melancarkan pelaksanaan dakwah. Seiring perkembangan teknologi, kegiatan dakwah pada saat ini tidak hanya berpaku dengan memanfaatkan media dakwah konservatif seperti berceramah di masjid atau pengajian di majelis ta'lim saja. Perkembangan teknologi yang sudah tersedia saat ini sudah seharusnya lebih bisa digunakan serta dimanfaatkan semaksimal mungkin dengan kemampuan dan kapasitas masing-masing pribadi dalam berdakwah. Adapun media dakwah yang sudah populer saat ini yaitu seperti melalui televisi, majalah, radio, maupun berbagai aplikasi pemutar video di media sosial

Dakwah melalui media video sedang ramai digunakan oleh para pelaku dakwah dengan berbagai platform yang sudah tersedia mulai dari Youtube, Instagram, hingga TikTok yang menjadikan video sebagai opsi terbaik dalam berdakwah menggunakan media baru. Allah berfirman dalam surat Al-Mulk ayat 23:

قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

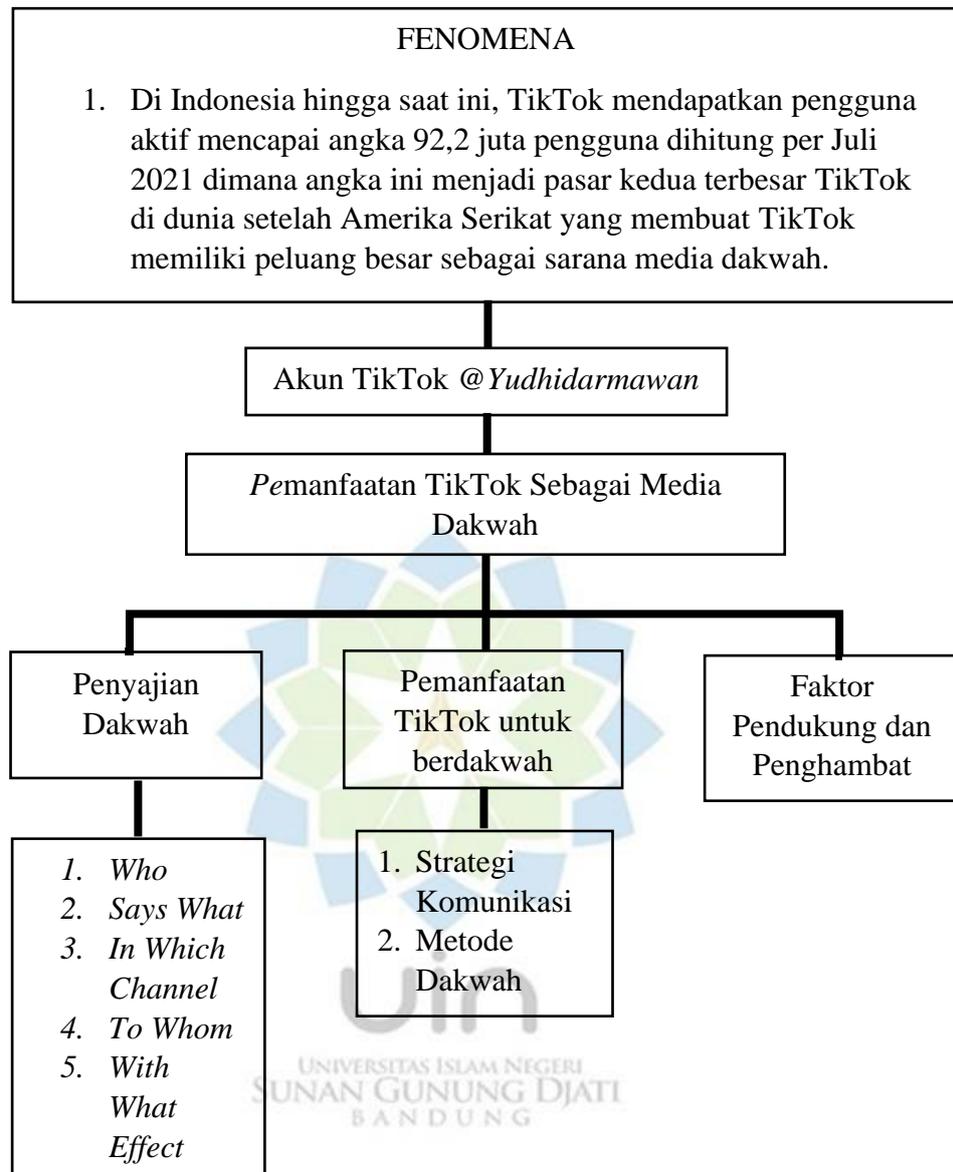
Artinya: Katakanlah, Dialah yang menciptakan kamu dan menjadikan pendengaran, penglihatan dan hati nurani bagi kamu. (Tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur. (DEPAG RI: 523)

Ayat diatas menjelaskan bahwasannya manusia mempunyai bermacam potensi untuk digunakan dalam berdakwah dengan memanfaatkan potensi tersebut. Dalam al-Qur'an ayat tersebut juga menuturkan dua potensi yang dimiliki manusia agar senantiasa menerima dan juga menyampaikan dakwah yaitu pendengaran dan pengelihatan. Pengelihatan sebagai potensi visual dan juga pendengaran untuk audiovisual, dengan maksud lain bahwasannya potensi ini sudah dikatakan sejak dahulu kala dan masih relevan sampai sekarang yang dimana dapat menjadi penunjang berhasilnya dakwah di jaman ini namun sudah dikatakan sejak dahulu kala dalam al-Qur'an.

Kedua potensi dakwah tersebut juga dapat dilihat melalui media dakwah modern seperti video dimana dalam pelaksanaan dakwah tidak bisa dilepaskan dari aspek media audio dan visual, jika kedua aspek tersebut dipergunakan secara baik maka akan menjadi alternatif lain dalam berdakwah.

Dakwah melalui media sosial berkembang pesat seiring dengan terus-menerus muncul platform baru. Dakwah podcast melalui *Spotify* ataupun *Noice.id*. Ada juga dakwah melalui media tulisan yang disebarakan melalui situs blog pribadi, *Twitter* maupun media tulisan lainnya seperti *Dakwahpos*. Lalu terdapat pula dakwah melalui media visual melalui *Instagram*, *Youtube*, *Facebook*, dan juga *TikTok*.

TikTok merupakan sebuah aplikasi audio visual dengan konsep video pendek yang disertai dengan musik. TikTok merupakan sebuah jaringan pada media sosial yang dirilis oleh Zhang Yiming pada tahun 2016, serta dimiliki oleh ByteDance. Perkembangan Tiktok di Indonesia sangat pesat di Indonesia terutama dalam dua tahun terakhir dalam periode pandemi covid-19 dimana masyarakat membutuhkan sebuah hiburan ketika sedang isolasi. Kelebihan aplikasi TikTok berupa efek special yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang menarik dan dilihat oleh banyak orang. Penggunaan aplikasi TikTok dimanfaatkan bukan saja sebagai hiburan semata. Namun, banyak juga konten-konten video yang disajikan dengan tujuan seperti *personal branding*, pemasaran suatu usaha, memberikan suatu informasi.



Bagan 1.1 Kerangka pemikiran

G. Langkah-Langkah Penelitian

Dalam mengkaji pesan dakwah melalui media sosial TikTok akun Yudhi Darmawan, menggunakan langkah penelitian sebagai berikut:

a) Objek Penelitian

Karena penulis mengkaji seseorang yang memiliki akun TikTok, maka penulis akan meneliti akun TikTok @Yudhidarmawan. Pemilihan

akun TikTok @Yudhidarmawan sebagai objek penelitian karena dakwah yang beliau lakukan terdapat banyak pesan dakwah yang menarik, selain itu masih sedikit penelitian mengenai dakwah melalui media TikTok.

b) Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan diaplikasikan di penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif untuk menjabarkan isi melalui data dokumentasi, yaitu penelitian dengan mengamati keadaan sosial yang diteliti secara luas dan menyeluruh. Metode ini memiliki tujuan untuk menggambarkan hasil penelitian secara sistematis, mengurut fakta pada bidang tertentu secara faktual dan cermat. Alasan dipilihnya metode ini tentu saja karena dianggap paling cocok untuk digunakan guna mencari pertanyaan penelitian yang telah dirangkum menjadi beberapa poin.

Adapun penulis menggunakan Studi Deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:9) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat post positivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Adapun penelitian deskriptif kualitatif memiliki tujuan untuk mendeskripsikan, menggambarkan, menjelaskan dan menjawab dengan lebih terperinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari secara mendalam seorang individu, kelompok, maupun suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif, manusia adalah instrumen penelitian, serta kata-kata atau pernyataan yang menjadi hasil penulisan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

1. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang diaplikasikan yaitu jenis data kualitatif. Hal tersebut dikarenakan video yang diteliti terdapat gambar dan penyampaian dakwah yang ada di konten Yudhi Darmawan. Adapun penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif bisa diartikan sebagai penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci pengambilan sampel data yang dilakukan secara sistematis (Sadiah, 2015: 19). Data yang dihasilkan dapat menjadi sebuah anggapan atau fakta karena memang belum diolah lebih lanjut. Jenis-jenis data dapat dibagi berdasarkan sifatnya, sumbernya, cara memperolehnya, dan waktu pengumpulannya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ditinjau dari dua unsur, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data dari hasil informasi tertentu mengenai suatu data dari seseorang tentang masalah yang sedang atau akan diteliti oleh seorang peneliti (sumber informan) (Sadiah, 2015:87). Sumber data primer penelitian ini didapat secara langsung dari akun TikTok @Yudhidarmawan. Pada penelitian ini diambil tujuh sampel video sampel yang diunggah pada 18 Februari – 3 Maret 2022 dan merupakan sumber utama data penelitian ini yaitu bagaimana pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah ragam kasus baik berupa orang, barang atau lainnya yang menjadi sumber informasi penunjang yang berkaitan dengan masalah penelitian. (Sadiah, 2015:87). Yang menjadi data sekunder untuk penelitian ini yaitu didapatkan dari bermacam literatur yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini seperti buku, jurnal dan juga media sosial.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tindakan paling strategis pada sebuah penelitian, karena penelitian ini bertujuan untuk menerima data.

Untuk mendapat sejumlah data yang ingin dikumpulkan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data, diantaranya sebagai berikut:

a) Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiono (2017: 145) observasi merupakan proses psikologis dan biologis berupa mengingat dan mengamati objek penelitian. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan dan observasi sistematis. Penggunaan observasi tersebut dikarenakan peneliti berada diluar jangkauan subjek yang diteliti dan tidak ikut dalam proses kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh subjek (Satori, 2014: 105). Melalui observasi non partisipan tersebut peneliti akan mengkaji kegiatan dakwah yang merupakan konten video yang diunggah oleh akun TikTok Yudhi Darmawan. Sedangkan Penggunaan observasi sistematis bertujuan agar observasi yang dilakukan oleh peneliti dapat terstruktur dan tidak keluar dari alur penelitian.

b) Studi Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen, catatan harian dan lain sebagainya. Berdasarkan pengertian tersebut, maka peneliti akan mengkaji informasi berupa data yang berkaitan dengan akun TikTok @Yudhidarmawan, seperti jumlah likes dalam setiap postingan, interaksi dengan mad'u melalui komentar

serta aktivitas dakwahnya melalui unggahan video yang dilakukan Yudhi Darmawan.

c) Wawancara

Menurut Riyanto (2010:82) interview atau wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subyek atau responden. Menurut Afifuddin (2009:131) wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan wawancara adalah metode pengumpulan data yang berbentuk informasi serta ide melalui tanya jawab antara peneliti dengan subjek atau responden dalam suatu topik tertentu. Wawancara sebagai metode penelitian yang digunakan untuk mencari data kepada narasumber mengenai dakwah melalui media sosial TikTok.

d) Kepustakaan

Kepustakaan artinya seluruh buku, karangan serta tulisan tentang suatu bidang ilmu topik, tanda-tanda, atau suatu peristiwa yang menunjang penelitian. Pada penelitian ini, peneliti memakai kepustakaan yang mempunyai kaitan dengan media sosial, serta konten video TikTok.

3. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis data interaktif Miles dan Huberman (1984). Model analisis data interaktif (Sugiyono, 2017:246) terdiri dari tiga tahapan yaitu:

- 1) Reduksi Data. Tahap awal ini ialah proses pemilahan data, pemusatan perhatian serta pengorganisasian data.
- 2) Display Data. Tahapan ini ialah proses penyajian data untuk mengembangkan penelitian. Data umumnya disajikan dalam bentuk ikhtisar, tabel ataupun hubungan antar kategori.
- 3) Penarikan Kesimpulan. Tahapan ini ialah proses mendapatkan hasil akhir setelah sebelumnya dirancang hasil sementara. Penarikan kesimpulan harus menjawab pertanyaan pada bagian fokus penelitian.

Alasan peneliti menggunakan teknis analisis data dikarenakan studi deskriptif dapat menunjang penarikan data yang dilakukan oleh penulis.

Proses yang akan diaplikasikan untuk menganalisis data yaitu:

- 1) Pengolahan data dengan mengkategorisasikan data konten TikTok yang diunggah dalam akun TikTok Yudhi Darmawan sesuai dengan tujuan penelitian yang akan menjawab fokus penelitian.
- 2) Melakukan analisis data yang telah diklasifikasikan lalu dijelaskan dengan pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah.
- 3) Kesimpulan yang bersifat sementara terhadap hasil penelitian

- 4) Melakukan verifikasi dan analisis data
- 5) Kesimpulan hasil penelitian

