

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Aplikasi TikTok merupakan jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari China Tiongkok. TikTok didirikan oleh Zhang Yiming pada bulan September tahun 2016 (Hariansyah, 2018). Zhang Yiming adalah seorang *software engineer* lulusan Nankai University, ia mendirikan perusahaan teknologi bernama ByteDance pada Maret 2012. Melalui perusahaan ini, Zhang Yiming mendirikan aplikasi tiktok. (Raditya, 2021).

TikTok mempunyai banyak manfaat dan kelebihan untuk penggunanya, yaitu dengan banyaknya fitur yang dapat digunakan seperti musik, filter kecantikan, dan adanya fitur terbaru yaitu tiktokshop yang penggunanya dapat melakukan transaksi jual beli pada fitur tersebut.

Pengguna aplikasi TikTok diberi kebebasan untuk membuat video pendek dengan durasi 15 detik sampai 03 menit untuk di postingkan pada aplikasi tersebut. Pengguna aplikasi ini bukan hanya orang dewasa dan remaja saja, melainkan digunakan juga oleh anak-anak sebagai hiburan untuk mereka.

Pada 3 Juli 2018, aplikasi TikTok Indonesia diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Kominfo telah menyelidiki aplikasi ini selama sebulan dan telah menerima banyak laporan yang mengeluhkannya. Per 3 Juli, 2.853 laporan telah diserahkan. Menurut Rudiantara, Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, banyak sekali konten yang tidak ditujukan untuk anak-anak, dan hal ini tentu berdampak negatif. Namun, setelah melalui

banyak pertimbangan dan peraturan baru, aplikasi ini tersedia lagi pada Agustus 2018. Salah satu regulasinya adalah batasan usia bagi penggunanya berusia 11 tahun. (Amelia, 2021: 2).

Hingga akhir 2019, TikTok memiliki 500 juta pengguna aktif di seluruh dunia. TikTok juga memiliki misi untuk menampilkan kreativitas dengan cara yang memungkinkan untuk pengguna membuat video pendek menggunakan ponsel mereka. TikTok memberikan kebebasan pengguna dengan cara mengekspresikan diri dan menjadi pencipta dari hasil karya mereka (Elisa & Deasy, 2021).

TikTok menjadi aplikasi yang populer karena banyak bermunculan konten-konten baru yang bernilai positif salah satunya seperti sebagai media untuk berdakwah, saling bertukar informasi, edukasi dan lain-lain.

Pada kuartal pertama 2018, TikTok memantapkan dirinya sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh dan digunakan dengan 45,8 juta kali. Jumlah ini melampaui aplikasi ternama lainnya seperti YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger dan Instagram. Sebagian besar pengguna TikTok di Indonesia adalah anak-anak usia sekolah dan milenial, atau generasi yang dikenal dengan Generasi Z (Handy & Wijaya, 2020).

Menurut Angga Anugrah Putra, Head of User and Content Operations TikTok Indonesia, lebih dari dua tahun telah berlalu sejak TikTok masuk ke Indonesia, dan semakin banyak orang yang menyukai dan menikmati kreativitas TikTok (Yohana & Tony, 2020).

Pada perkembangan teknologi yang semakin berkembang ini tidak bisa dipungkiri bahwasannya semua hal yang ingin kita lakukan menjadi semakin mudah. Sekarang kita hidup pada zaman media baru yang memudahkan manusia untuk melakukan segala aktivitas salah satunya adalah berkomunikasi. Media baru adalah salah satu teknologi komunikasi yang memiliki fungsi dapat mempercepat proses komunikasi di era digital ini. Media baru inilah yang disebut sebagai alat komunikasi yang diciptakan dari hasil berkembangnya teknologi. Yang dimaksud dengan media baru adalah seperti media sosial yaitu TikTok, instagram, facebook, twitter dan lain-lain.

Kehadiran media baru dapat memberikan banyak manfaat yang memiliki dampak dan nilai positif bagi kehidupan manusia. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan melalui media baru adalah dakwah. Dakwah adalah salah satu kegiatan yang wajib dilakukan oleh semua umat muslim di dunia.

Menurut Aang Ridwan dalam bukunya Filsafat dan Etika Dakwah (2022, : 72) dakwah dapat dipahami sebagai upaya memberikan persembahan kepada orang lain agar mereka cenderung dan termotivasi untuk memahami dan menerapkan nilai-nilai dan ajaran Islam, baik melalui kata-kata dan tindakan (speech and action).

Menurut Ibnu Taimiyah, dalam buku Sejarah Dakwah , ia menyampaikan bahwa dakwah adalah seruan kepada Islam, seruan untuk meyakini ajaran baik dan buruk yang dibawa oleh-Nya dan para utusan-Nya. Membenarkan pesan yang mereka kirim dan ikuti perintah mereka. Ini termasuk membaca dua kalimat syahadat, mendirikan shalat, membayar zakat, dan mengundang mereka

untuk berhaji. Juga berisi ajakan untuk beriman kepada Allah, Malaikat-Nya, Rasul-Nya, Hari Kebangkitan, serta qada dan qadar-Nya, (Syamsuddin, 2017: 3).

Dakwah pada zaman sekarang tidak harus selalu dilakukan secara tatap muka saja, melainkan dakwah pada saat ini dapat juga dilakukan secara virtual melalui media sosial. Melalui aplikasi tiktok kesempatan untuk berdakwah dapat menjadi lebih mudah untuk dilakukan dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Menurut Aziz dalam Bukunya Ilmu dakwah ia mengatakan bahwasannya Dakwah berusaha untuk menanamkan kesadaran dari dalam diri mad'u, yakni suatu pemahaman yang dapat membuat mad'u memiliki persepsi, pemahaman dan kesadaran yang cukup lengkap mengenai Islam sebagai sumber nilai dalam kehidupannya, dan juga mampu mendirikan kekuatan dan kemauan dalam dirinya untuk menumbuhkan nilai-nilai islam tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Aziz, 2015 : 9). Dakwah juga menjadi andalan komunikasi keagamaan, karena pesan-pesan keagamaan disampaikan melalui dakwah.

Salah satu konten creator yang memakai aplikasi tiktok sebagai media untuk berdakwah adalah Husain Basyaiban. Husain Basyaiban adalah salah satu *da'i* muda yang dikenal sebagai pendakwah millennial di aplikasi TikTok. Ia menggunakan akun tiktok dengan nama *@kadamsidik00* memiliki pengikut aktif sebanyak 5.8 juta dan 301 juta jumlah suka. Dengan banyaknya pengikut, jumlah suka dan tayangan pada video TikTok yang ia posting maka

ini menandakan bahwa pengguna TikTok menyukai dan tertarik pada konten yang dibuat oleh Husain.

Husain Basyaiban lahir di Madura. Husain mempelajari ilmu agama dari orang tuanya sendiri. Husain Basyaiban mulai aktif berdakwah pada akun TikTok dimulai pada bulan Mei tahun 2020. Dalam akun TikToknya Husain Basyaiban menyampaikan dakwahnya dengan cara yang khas yaitu disampaikan dengan jelas, lugas, dan santai, walaupun demikian tetap saja apa yang di sampaikan oleh Husain bisa diterima dengan baik oleh para penontonnya. Dalam menyampaikan dakwah juga Husain selalu berpakaian santai seperti anak muda pada umumnya ia tidak pernah berpakaian yang menunjukkan bahwa ia adalah seorang yang aktif berdakwah. Dalam kegiatan dakwahnya yaitu berupa ajakan untuk menyikapi fenomena yang kerap berlangsung dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elva Amelia Septiani (2021) yaitu tentang Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @basyasman00) yang menyatakan bahwa penyampaian dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban dalam akun TikTok nya adalah dengan cara membalas komentar *followers* (pengikut), berdialog, atau bercerita di depan kamera, penyampaiannya santai serta jelas sehingga dapat dengan mudah di pahami. Tentunya respon dari pengikutnya beragam, ada yang menanggapi dengan positif dan ada juga yang menanggapi dengan negatif tetapi kebanyakannya ialah yang memberikan komentar atau

tanggapan positif berupa ucapan semangat dan mendoakan kebaikan untuk Husain Basyaiban.

Berdasarkan pembahasan diatas, maka penulis terdorong untuk membuat penelitian yang mendalam mengenai bagaimana dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban melalui media baru tiktok yang akan di jadikan sebagai bahasan skripsi dengan judul **“DAKWAH PADA MEDIA BARU (Analisis Deskriptif Pada Akun Tiktok Husain Basyaiban)”**

B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini adalah :

1. Metode dakwah apa saja yang digunakan Husain Basyaiban melalui akun TikTok itu ?
2. Materi dakwah apa saja yang disampaikan oleh Husain Basyaiban melalui akun TikTok itu ?
3. Bagaimana kelebihan dan kekurangan dakwah Husain Basyaiban melalui akun TikTok itu ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui metode dakwah Husain Basyaiban melalui akun TikTiknya.
2. Untuk mengetahui materi dakwah yang di sampaikan oleh Husain Basyaiban pada akun TikTiknya.
3. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dakwah Husain Basyaiban melalui akun TikTiknya.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk membagikan kontribusi akademis bagi kelanjutan studi komunikasi dan penyiaran Islam, khususnya dalam aspek implementasi dakwah digital melalui media baru.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran di kalangan umat Islam akan pentingnya berdakwah walaupun menggunakan media baru tiktok, dan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain di bidang yang sama. Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti lebih dulu melaksanakan tinjauan Pustaka. Kajian yang memiliki hubungan dengan tema yang diangkat dengan penelitian ini. Berikut ini beberapa kajian yang serupa dengan penelitian ini adalah:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

NO	Judul	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1	Metode Dakwah Husain Basyaiban Melalui Tiktok (Skripsi)	Dian Nur Utami	Objek penelitian dan media yang digunakan	Judul penelitiannya hanya fokus pada metode dakwah
2	Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi	Sholihatul Atik Hikmawati	Menggunakan TikTok	Objek pada penelitian focus

	Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang (Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Al-Ittisol Volume 2 Nomor 1 Januari 2022)	Luluk Farid	sebagai media dakwah	pada dosen IAI Malang
3	Pesan Dakwah di Media Sosial Tiktok (Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Tiktok @basyasman00 Periode Mei 2020 (Skripsi))	Ilhan Maulana Afghany	Sama-sama menggunakan media baru, objek yang diteliti	Fokus penelitian hanya fokus pada Mei 2020, judul penelitian
4	Pesan Dakwah Melalui Media Tik-Tok (Analisis Pesan Dakwah Husain Basyaiban Tentang Pelecehan Seksual Di Akun Tik-Tok @Basyasman00)	Mila Aulia Humairo	Objek penelitian yang sama	Fokus penelitian hanya tentang pelecehan seksual
5	Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus Ustadz Syam, di Akun @syam_elmarusy	Ayu Febriana	Sama-sama meneliti dakwah di tiktok	Objek yang bukan konten creator dakwah Husain Basyaiban

F. Landasan Pemikiran

a. Landasan Teoritis

1. Teori Media Baru

Salah satu dari dua teori media yang muncul setelah media klasik diciptakan oleh para peneliti seperti Marshall, McLuhan, dan Dennis McQuail dikenal dengan teori media baru. Berbicara tentang pentingnya media sebagai media, nama depan mungkin yang paling dikenal. Kutipan McLuhan tentang bagaimana penggunaan media elektronik

atau teknologi komunikasi oleh masyarakat dapat memengaruhi dan mengubah perilaku mereka. "Teori media baru" adalah nama yang diberikan untuk ini..Tidak peduli apa yang kita lihat di televisi, itu mempengaruhi kita. Media pribadi, seperti *iPod*, membatasi pilihan musik yang dapat didengarkan oleh masyarakat umum. Dunia maya dapat mempengaruhi manusia terlepas dari situs yang dikunjungi. Dari gagasan inilah, lahirnya teori media baru telah digunakan dalam bentuk teknologi komunikasi berbasis internet. (Littlejohn, 2009: 410).

Desa global dan media sebagai perpanjangan dari manusia adalah konsep yang diartikulasikan McLuhan dalam teori media baru ini. Menyusul meninggalnya McLuhan pada tahun 1980, banyak ide yang dia tinggalkan menjadi warisannya. Tidak ada yang lebih sering disebutkan selain "desa global", yang berarti bahwa media baru memberi pemahaman orang yang lebih baik tentang kehidupan orang lain. Kehadiran media baru dapat membuat proses komunikasi menjadi global, oleh karena itu McLuhan kini menyebut dunia sebagai *global village*. Pesan McLuhan di sini adalah bahwa teknologi komunikasi tidak sekedar menyampaikan atau mentransmisikan informasi, tetapi bahwa teknologi komunikasi secara mendasar mengubah hubungan antara manusia dan dunianya, mendorong kita untuk menjadi apa pun yang kita temui walaupun melalui media, media baru untuk membentuk makna baru (Baran, 2012:406).

Teori yang digunakan oleh penulis adalah teori media baru dari Flew, Power, dan Littlejohn yang dikutip dari Fajar Junaedi. Dalam ilmu komunikasi, media sosial dianggap sebagai media baru. Dengan menggabungkan komputasi dan teknologi informasi, jaringan komunikasi media digital, dan konten informasi, Flew mengidentifikasi media baru sebagai sebuah bentuk. Istilah "media baru" digunakan oleh Power dan Littlejohn untuk menggambarkan era baru di mana jaringan komunikasi, khususnya Internet dan teknologi interaktif, akan mengubah masyarakat secara fundamental. Persamaan terakhir yang berkaitan dengan gagasan media baru menunjukkan bahwa kemampuan untuk menggunakan teknologi (khususnya internet) untuk mempengaruhi perubahan sosial inilah yang memberi kekuatan pada media baru (Junaedi, 2011: 53).

2. Teori Harold D. Laswell

Formulasi Lasswell memperlihatkan ciri-ciri atau typical tertentu pada awal pembentukan model komunikasi tersebut, yaitu lebih kurang dapat diterima bahwa komunikator yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi pihak komunikasinya (khalayak sasaran), khususnya dalam melancarkan proses komunikasi persuasif dan pesan-pesan yang disampaikan tersebut diharapkan memiliki beberapa efek tertentu, atau kontribusinya pada efeknya dapat terjadi secara berlebih-lebihan dalam komunikasi massa (Ruslan, 2010:101).

Dalam proses komunikasi Harold D Laswell memperkenalkan 5 formula komunikasi untuk terjadinya suatu proses komunikasi, yaitu (Ruslan, 2010:101) :

- a) Who (siapa/komunikator) yakni berkenaan dengan siapa yang mengatakan.
- b) Says what (apa yang dikatakan/pesan yang disampaikan) yakni berkenaan dengan menyatakan apa.
- c) In which channel (media) yakni berkenaan dengan saluran apa.
- d) To whom (untuk siapa/komunikan) yakni berkenaan dengan ditunjukkan kepada siapa.
- e) With what effect (efek/pengaruh) yakni berkenaan dengan pengaruh apa.

b. Kerangka Konseptual

Secara etimologis, kata dakwah berasal dari kata Bahasa Arab, دعا-يد, دعوة-دعوة, yang berarti memanggil atau menyeru. Kata dakwah (دعوة) adalah bentuk mashdar dari kata kerja دعا, yang sering disebutkan dalam konteks makna panggilan atau seruan atau makna lain, seperti meminta pertolongan, (Ridwan, 2022: 71).

Secara konseptual, dakwah artinya membawa manusia ke jalan Allah, atau memberi petunjuk Ilahi sebagaimana dicontohkan oleh Al-Qur'an, hadits, ajaran Nabi, dan para Nabi dan khalifah. Menurut Hasyim:

“Menyampaikan nasihat Allah dikenal sebagai dakwah. Berdasarkan apa yang terkandung dalam Al-Quran, hadis-hadis Nabi yang mulia, kisah perjalanan hidupnya (sirah), serta wahyu penting dari Nabi dan Kluafaur Rasyidin, Tuhan telah menciptakan manusia dan makhluk hidup lainnya”, (Ridwan, 2022: 72).

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي 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” (Terjemah Q.S An-Nahl : 125 Kemenag RI, 2023)

Muslimin dan muslimah memiliki kewajiban untuk menyebarkan Islam setiap saat dan dalam segala situasi. M. Nasir, seorang tokoh Islam modernis, menegaskan dalam karya monumentalnya Fiqhud Dakwah bahwa semua umat Islam memiliki kewajiban untuk berdakwah dalam arti yang luas (M. Natsir, 1997).

Menurut Amrullah Achmad, Dakwah adalah realisasi iman yang didefinisikan dalam sistem aktivitas manusia yang beriman dalam bentuk ranah sosial, di mana seseorang bertindak memberikan pengaruh kepada cara, merasa, berpikir, bertindak, pada tingkat sosial budaya. Dilakukan secara rutin untuk mempengaruhi cara kita berlaku. Sebuah fakta untuk

memperjuangkan implementasi ajaran Islam di masyarakat secara khusus, dalam semua aspek kehidupan (Achmad, 1985).

Dakwah adalah kegiatan yang secara langsung menyangkut kemanusiaan, pada umumnya tanpa mengecualikan ras, suku, jenis kelamin, usia, negara atau bahkan agama. Secara khusus, Ibnu Baz (tt) menambahkan bahwa praktik dakwah tidak boleh ditunjukkan hanya kepada penganut mazhab atau kelompok tertentu, tetapi harus dibedakan dari penganut kelompok dan mazhab lain. Dakwah disajikan secara etis tidak hanya kepada umat Islam tetapi juga kepada penerimaan ajaran Islam (Ridwan, 2022: 75)

Media baru merupakan kemajuan teknologi komunikasi massa digital yang memungkinkan masyarakat berinteraksi melalui dunia maya tanpa harus bertatap muka menggunakan internet. Definisi media baru menurut Denis McQuail yakni beragam alat teknologi komunikasi yang memiliki karakteristik yang sama dan selanjutnya dimungkinkan oleh digitalisasi dan ketersediaan luas untuk penggunaan individu sebagai alat komunikasi. (Mc Quail, 2011:148)

Dalam bukunya *Communication Theory Media, Technology, and Society*, David Holmes berpendapat bahwa Internet menandai awal kemajuan teknologi hubungan global pada akhir abad ke-20, mengubah ruang lingkup dan sifat media komunikasi. Perubahan ini disebut "zaman media kedua". Media tradisional seperti radio, surat kabar dan televisi telah ditinggalkan oleh banyak orang. Perbedaan antara media tradisional seperti

media cetak, majalah, televisi, dan radio, dengan media baru adalah dapat digunakan pengguna kapan saja, di mana saja, secara fleksibel, dan real time, (Holmes, 2005: 7).

Menurut McQuail (2011: 44–45), internet pertama kali digunakan sebagai alat komunikasi non-komersial, yang kemudian berkembang menjadi cara untuk memfasilitasi pertukaran produk dan layanan serta koneksi pribadi dan antarpribadi. Aplikasi internet misalnya kabar online, adalah kemajuan dari jurnalisme surat kabar, yang semakin maju dimana masyarakat kini pula bisa sebagai menjadi seseorang jurnalis menggunakan cara menggabungkan atau melaporkan insiden-insiden eksklusif yang terdapat disekitarnya yang diklaim menjadi citizen jurnalisme (Castells, M. 2001).

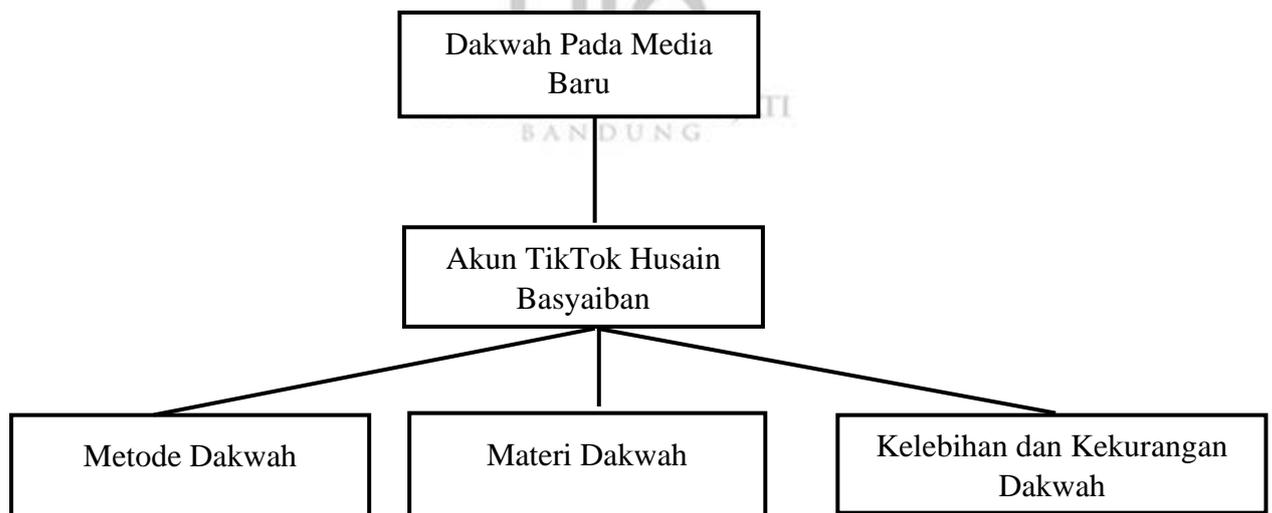
Untuk menggambarkan media baru, Lievrouw dan S. Livingstone menggabungkan teknologi informasi komunikasi dengan tiga komponen lainnya: alat komunikasi, artefak, dan konteks sosial. kegiatan, prosedur, dan aplikasi; struktur sosial berdasarkan prosedur dan kegiatan (Lievrouw, Leah., Sonia, Livingstone, 2006).

Media digital adalah nama lain dari media baru. Teks, data, suara, dan berbagai bentuk gambar semuanya dapat ditemukan di media digital, yang dapat dikirimkan melalui satelit, sistem transmisi gelombang mikro, dan jaringan optik broadband. (Flew, 2008: 2-3).

Dalam bukunya *Rekayasa Perangkat Lunak*, Roger menjelaskan bahwa pertumbuhan teknologi yang pesat saat ini, terutama yang berkaitan dengan

Internet, telah menyebabkan kemajuan dalam sistem komunikasi manusia. Perkembangan teknologi yang pesat dapat berpengaruh pada setiap aspek kehidupan manusia. Perkembangan sistem komunikasi pada saat itu memudahkan manusia untuk terhubung dan berkomunikasi tidak hanya dengan suara tetapi juga melalui sarana audiovisual. Ada 3 ciri terdepan yang menjadi ciri adanya teknologi komunikasi baru yakni, media baru bersifat interaktif dalam berkomunikasi. Komunikasi interaktif mengizinkan pengguna untuk berkomunikasi lebih akurat, efektif dan memuaskan daripada komunikasi massa. Ini berarti bahwa pesan khusus dipertukarkan secara mandiri oleh penggunanya, dan akhirnya, teknologi komunikasi baru atau media baru memiliki keahlian untuk mengirim dan menerima pesan kapan pun pengguna menginginkannya (Roger, 1997:38).

Bagan 1.1 Kerangka Konseptual



G. Langkah-langkah Penelitian

a. Objek dan Subjek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Husain Basyaiban sebagai konten creator dakwah pada media baru di media sosial tiktok.

Subjek pada penelitian ini adalah media baru yaitu media sosial aplikasi tiktok yang akan memberikan peneliti data dan informasi.

b. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma konstruktivisme dan metodologi penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Menurut Metode Penelitian Kualitatif Bodgan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif, seperti kata-kata lisan atau tulisan individu dan kegiatan yang diamati.. (Lexy J, Moleong, 2013: 04).

Dan jenis penelitian ini adalah deskriptif. Data yg peneliti peroleh berdasarkan dokumentasi video konten tiktok. Untuk menganalisis data, mengidentifikasi objek yang diteliti menguraikan dan menafsirkan pesan yang terdapat di dalamnya.

Paradigma konstruktivisme berkembang dari filsafat fenomenologi yang digagas oleh Edmund Husserl dan pemahaman interpretatif yang disebut hermeneutika yang dikemukakan oleh Wilhelm Dilthey (Mertens, dalam Mackenzie & Knipe, 2006).

Penelitian adalah alat bagi kaum konstruktivisme untuk memahami fakta pengalaman manusia, dan fakta dibentuk oleh aktivitas sosial. Penelitian konstruktivisme sering mengacu pada sudut pandang partisipan

terhadap situasi yang sedang diselidiki. Penelitian konstruktivis biasanya tidak dimulai dengan serangkaian hipotesis tetapi justru mengembangkan teori dan makna secara induktif seiring berjalannya waktu. Metode penyaringan dan analisis yang digunakan oleh para konstruktivisme umumnya bersifat kuantitatif. Namun, data kuantitatif dapat digunakan untuk mendukung data kualitatif dan memperdalam analisis secara efektif (Mertens, dalam Mackenzie & Knipe, 2006).

Dalam penelitian ini saya ingin mengkonstruksi atau membangun sesuatu yang tidak ada menjadi ada. Saya ingin mengkonstruksi tentang dakwah pada media baru, didasarkan dari sejumlah penelitian.

c. Metode Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Menurut I Made Winartha (2006: 155) analisis deskriptif kualitatif diartikan sebagai “menganalisis, mendeskripsikan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi, dari berbagai data yang dikumpulkan dalam bentuk wawancara atau observasi mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan”.

Dengan meneliti seseorang atau kelompok seluas-luasnya, penelitian deskriptif kualitatif mencoba untuk menggambarkan, menjelaskan, dan memberikan jawaban atas masalah yang sedang diselidiki secara lebih mendalam.

d. Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yakni memakai pendekatan kualitatif interpretif yaitu jenis data yang dikumpulkan pada bentuk deskriptif. Pendekatan ini memusatkan dalam sifat subjektif berdasarkan social world & berjuang memahaminya berdasarkan objek yang sedang diamati. Fokusnya dalam arti individu & persepsi insan pada fakta bukan dalam empiris independen yg berada pada luar mereka (Ghozali dan Chariri, 2007).

Manusia terus-menerus mengubah realitas sosial mereka untuk lebih terhubung satu sama lain (Schutz, 1967 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Tujuan pendekatan interpretif tidak lain ialah menganalisis fakta sosial semacam ini dan bagaimana realita sosial itu terbentuk (Ghozali dan Chariri, 2007).

Untuk memahami lingkungan sosial tertentu, peneliti harus menyelidiki pengalaman subjektif para aktornya. Penelitian interpretatif seharusnya tidak memprioritaskan objektivitas, tetapi mempertimbangkan trade-off antara objektivitas dan kedalaman temuan penelitian, mengeksplorasi subjektivitas para aktornya sedalam mungkin untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam (Efferin et al., 2004).

2) Sumber Data

a) Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang memberikan data langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini tiktok menjadi sumber data primer yang memberikan data langsung kepada peneliti.

Data primer memiliki keunggulan menunjukkan kebenaran berdasarkan apa yang peneliti amati dan dengar secara pribadi, sehingga menghindari kemungkinan penipuan dari sumber yang fenomenal. Namun, kelemahan dari data primer adalah waktu pemrosesan yang lama dan biaya yang tinggi.

b) Sekunder

Sumber yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data dikenal sebagai sumber data sekunder (Sugiyono 2017). Hal ini menunjukkan bahwa dokumen atau bukti yang digunakan dalam penelitian ini sebelumnya ada, sudah tersedia untuk umum, atau tidak dipublikasikan dan diperoleh secara tidak langsung melalui perantara. Dalam penelitian ini skripsi, jurnal, thesis dan disertasi atau penelitian-penelitian terhadulu menjadi sumber data sekunder yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti.

Jika dibandingkan dengan pengumpulan data primer, data sekunder memiliki kelebihan membutuhkan waktu dan uang yang lebih sedikit untuk menyelidiki klasifikasi masalah dan

mengevaluasi jumlah data yang lebih sedikit, tetapi juga memiliki kelemahan karena ketidakakuratan sumber data yang ketinggalan zaman atau tidak relevan. Ini mungkin akan berdampak pada temuan penelitian.

e. Unit Analisis

Analisis dilakukan terhadap unit tertentu yang dianggap sebagai subjek penelitian. Mekanisme pengambilan sampel yang menggabungkan unit pengambilan sampel adalah unit analisis. Unit analisis pada penelitian ini adalah, Husain Basyaiban pemilik akun tiktok @kadamsidik00 dan penelitian ini hanya berfokus pada video konten TikTok Husain Basyaiban pada tahun 2022.

f. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan oleh peneliti sendiri. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai perancang, pengumpul data, penganalisis, dan penafsir sebelum melaporkan temuannya. Proses pengumpulan data dan dokumentasi digunakan untuk mendapatkan informasi untuk analisis ini.

Teknik pengumpulan data menggunakan dua teknik yaitu teknik observasi online dan dokumentasi. Pada teknik observasi online dikumpulkan data berupa video dakwah Husain Basyaiban dalam akun TikTok @kadamsidik00. Pada teknik dokumentasi digunakan data video yang telah tersimpan di aku TikTok Husain Basyaiban.

g. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan sejauh mana temuan penelitian dapat dipercaya atau dipercaya tergantung pada seberapa asli data tersebut. Peneliti harus menggunakan teknik berikut untuk menguji validitas data untuk menghasilkan temuan penelitian yang berkualitas tinggi:

1. Ketekunan Pengamat

Dengan melaksanakan kajian dan untuk mendapatkan keabsahan data, menambahkan ketekunan dalam pengamatan ini, diharapkan peneliti dapat memahami semua data tentang konten tiktok Husain Basyaiban.

2. Kecukupan Referensi

Keabsahan hasil penelitian bisa dicapai dengan peningkatan jumlah referensi yang dapat menguji dan mengoreksi temuan penelitian yang dilakukan, juga dapat meningkatkan validitas hasil penelitian. Karena akhirnya menjelaskan masalah yang sedang diselidiki, seperti yang telah dilakukan peneliti dengan mengumpulkan bukti-bukti terkait dari berbagai sumber dan buku.

h. Teknik Analisis Data

Menurut Bodgan & Biklen pada buku Metodologi Penelitian Kualitatif, analisis data kualitatif merupakan usaha yang dilaksanakan menggunakan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilih data pada satuan yang bisa dikelola. Disamping itu mensintesis data, mencari & menemukan pola, menemukan apa yang krusial & apa yang dipelajari untuk

menetapkan apa yang bisa diceritakan pada orang lain (Lexy J Moleong, 2010: 248).

Pada kenyataannya, analisis data kualitatif dimulai segera setelah peneliti mulai mengumpulkan data, mengklasifikasikan data mana yang benar-benar penting atau tidak. Kontribusi data terhadap upaya untuk menjawab fokus studi menentukan signifikan atau tidaknya skala signifikansi.

Definisi analisis data yang dikemukakan oleh Noeng Muhadjir (1998:104) adalah “upaya meneliti dan menyusun catatan observasi, wawancara, dan sejenisnya secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap kasus yang diteliti dan menyajikan hasilnya kepada orang lain”. Sambil menunggu pemahaman ini semakin dalam, analisis harus dilanjutkan dengan mencari signifikansinya.

Dalam penelitian kualitatif, data dikumpulkan dengan menggunakan berbagai metode (triangulasi) dari banyak sumber sampai data tersebut jenuh. Variabilitas data yang lebih besar dihasilkan dari pemantauan berkelanjutan. Akibatnya, tidak ada pola yang jelas dalam metode yang digunakan untuk analisis data..

Bogdan, dalam bukunya Metode Penelitian Kombinasi, menyatakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif melibatkan pengambilan dan pengumpulan data secara sistematis dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lain sehingga hasilnya mudah dipahami dan dapat dibagikan kepada orang lain.(Sugiyono, 2018:334).

Analisis data dalam penelitian Dakwah Pada Media Baru (Studi Kasus Pada Akun TikTok Husain Basyaiban) ialah memilah dan memilih data yang penting atau tidak, menemukan data apa yang bisa di pelajari untuk menetapkan apa yang bisa diceritakan kepada orang lain. Memperoleh data dari sumber yang berbeda sampai datanya jenuh.

