

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di zaman modern sekarang ini, kemudahan serta kecanggihan membawa perubahan dalam penyebaran dakwah. Pada sisi yang lain, perkembangan zaman juga menuntut cara dakwah yang mesti terus diperbarui tanpa henti. Perlu ada rekonstruksi, kreasi, dan inovasi agar dakwah yang dilakukan lebih relevan, lebih mengena, dan lebih bisa mengeksplorasi potensi dan kekuatan umat. Misalnya, bagaimana dakwah dikembangkan melalui media tulisan, tidak terus menerus mengandalkan pendekatan lisan (Agus, 2016).

Adanya perubahan-perubahan tersebut, saat ini dakwah tidak hanya dapat dilakukan di atas mimbar saja, akan tetapi dapat dilakukan di media sosial yang jangkauannya lebih luas dan lebih cepat. Hal ini dirasa lebih efektif untuk para *da'i* agar bisa menyebarkan dakwah nya dan memberikan banyak manfaat positif ke dalam media sosial yang digunakan oleh para khalayak.

Saat ini, masyarakat sulit untuk dipisahkan dari yang namanya media sosial. Penggunaan media sosial bagi masyarakat telah menjadi kebutuhan primer, karena informasi yang didapatkan lebih mudah dan efektif. Dan akses internet yang mendukung membuat masyarakat dengan mudahnya mengakses penguasaan terhadap media sosial.

Media sosial di berbagai negara, termasuk Indonesia pada saat ini telah banyak pembuat konten-konten video. Hal ini juga tentunya telah didukung oleh kecepatan serta kemajuan internet, sehingga konten video sangat mudah untuk di unggah ke dalam internet ataupun media sosial, salah satunya pada platform media TikTok. Aplikasi TikTok ini berasal dari Cina, yang akhir-akhir ini berhasil meramaikan industri digital di Indonesia, TikTok merupakan aplikasi yang didalamnya terdapat berbagai macam konten video (Rahmawati, 2018:1-3).

TikTok merupakan salah satu media sosial yang akhir-akhir ini sedang viral dan sangat digemari oleh semua kalangan baik dari para anak kecil, remaja, ibu-ibu, bahkan bapak-bapak. TikTok adalah aplikasi yang menggunakan jaringan internet untuk membagikan video kepada sesama pengguna nya. Saat ini TikTok sudah sangat banyak penggunanya karena di dalamnya terdapat banyak pilihan video-video yang dapat kita nikmati, mulai dari hiburan, *challenge*, *makeup tutorial*, resep masakan, sampai dengan konten islami.

Video TikTok rata-rata sangat mudah dipahami dan disukai, karena isinya yang padat, singkat, dan jelas. Berdasarkan laporan *We Are Socia* dan *Hootsuite* yang dilansir melalui website databoks menjelaskan bahwa pada bulan Oktober 2022 media sosial TikTok memiliki jumlah pengguna sebanyak 1 miliar kemudian di ikuti oleh *facebook messenger* sebanyak 976 juta dan telegram sebanyak 700 juta pengguna.

Penyebaran agama Islam melalui TikTok seperti pada saat ini, salahsatu upaya yang bisa dilakukan oleh para *da'i* yaitu melalui konten islami yang dikemas dalam bentuk

video singkat. Untuk para *da'i* yang menjadi konten kreator TikTok pun bisa dengan mudah untuk melakukannya yaitu dengan cara membuat konten islam yang kemudian dikemas semenarik mungkin dalam video singkat. Kegunaan konten islami bisa sangat membantu dalam menanamkan ajaran Islam dalam setiap sudut kehidupan karena dapat didengarkan dengan mudah dan tidak terkesan membosankan seperti kegiatan dakwah pada umumnya. Selain itu, video singkat dari konten yang dikemas juga akan lebih memudahkan para pendengarnya untuk meresapi dan menghayati maksud dan inti dari apa yang disampaikan.

Di zaman yang serba canggih ini, umat muslim dapat berdakwah dengan mudah dimana saja, didukung menggunakan perkembangan teknologi yang sudah berkembang pesat pada saat ini. *Cyber media* atau media massa internet telah sangat banyak diakses oleh masyarakat, salah satunya yaitu aplikasi TikTok. Para konten kreator di Indonesia banyak sekali yang telah berkarya untuk menghasil sebuah video-video konten yang berguna, sehingga dapat disebarluaskan.

Banyak kreator-creator konten TikTok yang di dalam videonya menyampaikan pesan-pesan islami dan menyisipkan ajaran-ajaran Islam. Tidak sedikit konten kreator yang memutuskan untuk membuat video konten yang didalamnya menyisipkan isi pesan dakwah, salah satunya yaitu pada akun Tiktok @risyad_bay. Yang mana konten-konten didalam videonya banyak menyebarkan tentang pengetahuan ajaran-ajaran agama Islam. Selain itu, terdapat banyak ajakan-ajakan kebaikan juga di dalam konten videonya.

Laman akun TikTok milik @risyard_bay, ia sering memberikan pesan dakwah dengan metode audio visual yang singkat dan jelas dalam pemaparannya. Eksistensinya sudah cukup terkenal di kalangan para remaja, hal ini terlihat dari 765,6 ribu pengikut setianya serta *likes* TikTok nya yang sudah mencapai hingga 33.8 juta.

Risyad Ubaidillah juga seringkali menghubungkan kontennya dengan kejadian-kejadian realita yang sedang terjadi di tengah masyarakat. Salahsatunya adalah konten video yang diunggah pada tanggal 20 Juli 2022, dengan postingan yang berjudul “Larangan mencium Al-Qur’an ketika setelah ngaji!”.

Video TikTok tersebut diunggah pada tanggal 20 Juli 2022, dimana di dalam video tersebut menjelaskan tentang persepsi orang yang menyebutkan bahwasanya mencium Al-Qur’an merupakan sebuah perilaku *bid’ah*, karena tidak ada dasar, dan dalilnya. Akan tetapi Risyad menjelaskan bahwasanya boleh saja mencium Al-Qur’an, jika kita niatnya untuk menghormati, dan mengagungkan, asalkan tidak sampai ke derajat *bid’ah*.

Untuk proses *upload* konten yang dilakukan oleh akun TikTok @risyard_bay ini mulai aktif mengunggah konten dakwah nya sejak tanggal 30 Maret 2021. Ia biasanya memposting kontennya tidak menentu namun biasa yang ia lakukan adalah sehari satu kali konten. Dan pembuatan kontennya biasa dilakukan secara monolog.

Berdasarkan pra penelitian yang peneliti lakukan dengan melihat akun TikTok @risyard_bay, peneliti melihat konten-konten yang disampaikan oleh konten kreator

tersebut memiliki pengelolaan/strategi dakwah yang dapat diteliti untuk diambil sebagai pelajaran. Dan karena di dalam kontennya juga, ia sering membuat video dakwah yang menghubungkan dengan kejadian realita. Maka hal tersebut menjadi ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian tersebut.

B. Fokus Penelitian

Pokok permasalahan yang difokuskan dalam penelitian ini adalah Pengelolaan Konten Dakwah Di Media Sosial Tiktok (Studi Deskriptif Pada Akun TikTok @risyad_bay). Kemudian dari masalah yang terangkum dalam beberapa masalah yang akan diteliti diantaranya adalah:

1. Bagaimana perencanaan dakwah melalui konten media sosial TikTok pada akun @risyad_bay?
2. Bagaimana pelaksanaan dakwah melalui konten media sosial TikTok pada akun @risyad_bay?
3. Bagaimana evaluasi dakwah melalui konten media sosial TikTok pada akun @risyad_bay?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang ingin peneliti capai berkaitan dengan judul penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perencanaan dakwah melalui konten media sosial yang terdapat dalam akun TikTok @risyad_bay.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan dakwah melalui konten media sosial yang terdapat

dalam akun TikTok @risyad_bay.

3. Untuk mengetahui evaluasi dakwah melalui konten media sosial yang terdapat dalam akun TikTok @risyad_bay.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diperoleh dari penelitian ini memiliki dua bentuk, yaitu kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis.

1. Secara Teoritis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menambahkan pengetahuan serta wawasan tentang cara seperti apa agar pesan dakwah melalui video dengan menggunakan media sosial itu dapat tersampaikan dengan nilai-nilai yang baik. Bahwasannya di zaman modern seperti ini, dakwah dapat disampaikan melalui apa saja, termasuk aplikasi-aplikasi yang sedang *trend*, salahsatunya yaitu aplikasi TikTok.

Selain itu, bisa menjadi tambahan ilmu terhadap para *da'i* agar dapat mencoba sesuatu yang baru dan lebih kreatif lagi terhadap konsep berdakwah di zaman yang semakin *modern* dan canggih ini.

2. Secara Praktis

Dalam ranah praktis, peneliti berharap penelitian ini akan bermanfaat sebagai berikut:

1) Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya

wawasan ilmu pengetahuan yang sudah ada sebagai bentuk aktualisasi peran mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam bidang dakwah.

2) Da'i

Bagi para *da'i*, penelitian ini diharapkan dapat membantu dan berguna bagi para *da'i* yang ingin menyampaikan dakwahnya melalui media sosial, terutama pada media sosial TikTok. Menjadi referensi berdakwah menggunakan media sosial dalam menunjang keberhasilan dakwahnya.

3) Pengguna TikTok

Bagi pengguna tiktok, peneliti berharap agar bisa lebih mudah lagi dalam memahami pesan dakwah yang terkandung dalam sebuah konten video.

4) UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Bagi almamater, penulis berharap karya tulis ilmiah ini bisa menjadi salah satu informasi dan referensi untuk kedepannya, terutama bagi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

5) Masyarakat

Bagi masyarakat umum, peneliti berharap bisa menjadi satu pencerahan bahwasanya pada saat ini dakwah tidak hanya bisa dilakukan melalui mimbar saja, namun banyak metode lainnya, salah satunya dilakukan melalui media sosial salah satunya pada aplikasi TikTok.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Dalam membuat penelitian ini, untuk menghindari adanya kesamaan. Peneliti juga melakukan penelusuran skripsi terdahulu, yang mana kasus penelitiannya masih relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.1 Hasil Penelitian yang Relevan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Abdul Hasib Hudaya	Pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah: Studi deskriptif terhadap akun Tiktok @Yudhidarmawan.	Skripsi	Objek penelitian. Teori penelitian.	Hasil penelitiannya bahwa proses dakwah yang dilakukan oleh akun @Yudhidarmawan merupakan dakwah yang menyerupai siaran ataupun podcast,

					<p>dimana</p> <p>Yudhi</p> <p>Darmawan</p> <p>sebagai</p> <p>pelaku</p> <p>dakwah</p> <p>menyampaikan</p> <p>kan pesan</p> <p>dakwah</p> <p>berupa</p> <p>problematika</p> <p>keseharian</p> <p>melalui video</p> <p>pendek yang</p> <p>diunggah</p> <p>pada laman</p> <p>TikTok.</p>
2.	Wulan Mulya Asih	Pengelolaan Digital Public Relations dalam Mengemas	Skripsi	Objek penelitian. Teori penelitian.	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan

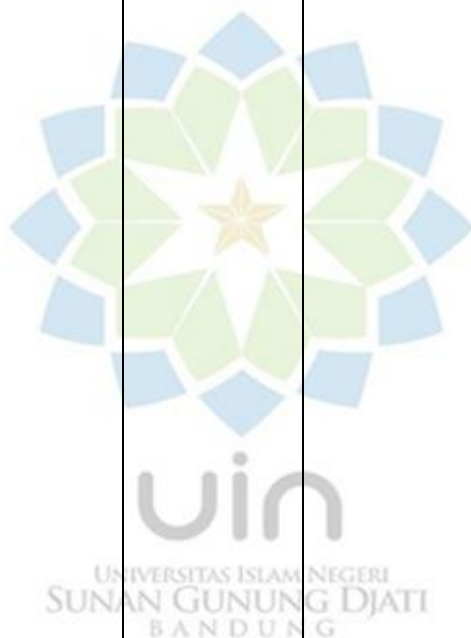
		<p>Konten Dakwah di Akun Instagram Masjid Trans Studio Bandung</p>		<p>Media sosial yang diteliti.</p>	<p>bahwa digital public relations Masjid Trans Studio Bandung telah melakukan pengelolaan dalam mengemas konten dakwah di akun instagram @masjidtrans dengan melalui empat tahap pengelolaan.</p>
--	--	--	--	--	---

3.	Yogi Tri Utomo	Pengelolaan Media Dakwah Visual Instagram Pondok Pesantren Al- Qur'an Al- Amon Pabuwaran	Skripsi	Objek penelitian. Teori penelitian. Media sosial yang diteliti.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Kominfo Al- Amin Pabuwaran membuat produk konten berupa Dawuh guru, Quotes, Video Pesan Dakwah, Amalan sunnah, Yaumul milad, Rutinan. Kominfo Al-
----	----------------------	--	---------	--	---

					<p>Amin</p> <p>Pabuwaran</p> <p>terus</p> <p>berkembang</p> <p>dan</p> <p>mendapatkan</p> <p>Feedback</p> <p>baik dari</p> <p>nitizen.</p> <p>Nuansa serta</p> <p>design yang</p> <p>berbeda dari</p> <p>tahun ke</p> <p>tahun.</p>
4.	Arif Ramda n Sulaem an, Anhar	Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh	Jurnal	Objek penelitian. Teori penelitian. Media sosial yang diteliti.	Strategi pemanfaatan Youtube sebagai saluran dakwah oleh ulama Aceh

	Fazri, Fairus				secara resmi diadposi oleh ketiga ulama dengan melembagakan tim multimedia dan media digital sebagai sarana memanfaatkan saluran Youtube.
5.	Muhammad Selpan Muharom Shidiq	Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pesan Whatsapp Group Dalam Meningkatkan	Jurnal	Objek penelitian. Pendekatan penelitian. Media sosial yang diteliti.	Strategi komunikasi dakwah dengan tujuan perenungan sekaligus sebagai

		<p>Kualitas Ilmu</p> <p>Agama</p>			<p>bentuk pengingat.</p> <p>Bentuk tuturan komunikasi dakwah disampaikan dengan cara yang sederhana dan mudah dipahami.</p> <p>Kegiatan komunikasi dakwah melalui whatsapp group terjadwal dan memiliki</p>
--	--	-----------------------------------	--	--	---



					konsep dakwah.
--	--	--	--	--	-------------------

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Menurut Syafnidawaty, 2020 landasan teori merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah penelitian, karena jika kita dapat menggunakan teori tersebut dengan baik, maka itu akan bisa menyelesaikan sebuah penelitian dengan dasar yang kuat.

Peneliti menggunakan 2 teori agar penelitian ini dapat tercapai. Kedua teori tersebut diantaranya yaitu Teori POAC dari George R.Terry dan Teori *New Media*. Kedua teori ini digunakan karena dapat menunjang dalam proses menghasilkan penelitian ini.

Suatu perencanaan/pengelolaan komunikasi tentunya tidak terlepas dari sebuah cara yang memiliki unsur komunikasi. sebuah pengelolaan tentunya juga diperlukan beberapa tahap proses yang dilakukan hal ini menjadi dasar peneliti menggunakan teori manajemen karena teori manajemen yang peneliti gunakan ini termasuk bagian dari tahap pengelolaan yang akan dilakukan.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya yang telah peneliti baca bahwa, ketika membicarakan pengelolaan itu sama artinya dengan manajemen atau cara

yang di buat. Maka hal tersebut menjadi daya tarik peneliti menggunakan teori manajemen dari George R.Terry yaitu Teori POAC.

Teori pertama yang digunakan peneliti yaitu Teori dari George R.Terry, yang dijadikan sebagai teori penguat. Teori tersebut menggunakan teori manajemen, yang terdiri dari *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (Sukarna, 2011:10).

Penelitian yang peneliti lakukan, menggunakan teori manajemen dari George R.Terry tentang manajemen namun peneliti tidak menggunakan *point organizing*. Hal ini didasarkan karena pada tahap *point organizing* ternyata masuk ke dalam bagian tahap *planning* dimana tahap tersebut melakukan perencanaan sekaligus pengorganisasian dari apa yang udah di rencanakan sebelumnya dan juga termasuk bagian dari tahap pengevaluasian.

Teori kedua yang peneliti gunakan yaitu Teori *New Media* yang dikembangkan oleh Pierre Levy, teori ini merupakan sebuah teori yang membahas tentang perkembangan media dari konvensional ke *era digital*. Media yang muncul dikarenakan berbagai inovasi dari media lama yang sudah kurang relevan dengan perkembangan teknologi di masa saat ini.

2. Kerangka Konseptual

a. Pengelolaan/Strategi dalam Komunikasi

Arti dari pengelolaan sendiri ialah bagian dari kata “*management*” yang disebutkan melalui kamus besar bahasa Indonesia yaitu menyelenggarakan. Menurut Sudjana dalam bukunya menjelaskan bahwa pengelolaan merupakan bagian dari kegiatan secara bersama maupun individu untuk mencapai tujuan tertentu.

Di dalam setiap penyampaian komunikasi tentunya pasti harus menetapkan sebuah pengelolaan/cara terlebih dahulu yang perlu disiapkan. Menurut Mulyana (2010:46) komunikasi memiliki arti “sama” atau *communicare* yang artinya “membuat sama” (*to make common*).

Menurut Tjiptono (2000:17) jika faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan untuk mencapai tujuan secara efektif ide dapat diidentifikasi dan memiliki koordinasi kelompok maka suatu pengelolaan tersebut dapat dikatakan baik.

Komunikasi merupakan individu yang berasal dari kesatuan sosial melalui bahasa dan tanda yang memiliki persamaan peraturan demi mencapai suatu tujuan. Menurut William. L. Rivers dan Jay W. Jensen Theodore Peterson (2003:26) komunikasi merupakan mesin yang mendorong proses sosial, sehingga memungkinkan terjadinya interaksi antar manusia dan menjadikan manusia sebagai makhluk sosial.

Menurut Mudjiono (2015:90) suatu pengelolaan/strategi komunikasi sering di artikan sebagai keputusan mengenai tindakan yang akan dilakukan demi tercapainya suatu tujuan, yang disertai dengan pertimbangan situasi, rumusan masalah yang jelas, dan juga kondisi sasaran yang dituju.

b. Konten Dakwah

Konten dakwah pada saat ini perlu dan harus diperhatikan karena materi dakwah yang disampaikan nantinya itu akan sangat berpengaruh terhadap minat remaja dalam mendengarkan dakwah, maka dari itu hal tersebut sangat penting untuk diperhatikan. Konten yang disampaikan harus sesuai dengan perkembangan zaman dan juga berdasarkan pada realita yang sedang terjadi, sehingga dakwah dapat menjadi solusi serta jawaban dari permasalahan yang ada. Tentunya konten tersebut juga harus sesuai dengan Al-Qur'an dan hadits.

Pada zaman sekarang, ada empat indikator yang bisa dijadikan patokan dalam berdakwah, yaitu dakwah sebagai pengetahuan yang bisa dikembangkan serta diteliti dengan permasalahan yang ada di masyarakat. Menggabungkan teori ilmu komunikasi dengan teori dakwah yang bersumber dari ajaran islam. Dan mentransformasikan paradigma ilmu dakwah menjadi ilmu komunikasi islam (Basit, 2013).

Menurut Ahmad (2020) aktivitas dakwah berbasis masyarakat, yang menjadi pusat kajian sosiologi dakwah, sudah dilakukan sejak masa Nabi saw. dan para sahabatnya. Dimana kebijakan dan strategi dakwah yang dilakukan senantiasa

berpijak pada situasi dan kondisi sosial yang ada. Hal yang demikian ini terus berlanjut dilakukan para *tabi'in*, *tabi'it tabi'in*, hingga akhirnya sampai pada tokoh-tokoh lokal para pelaku dakwah di masing-masing komunitas masyarakat atau negara-negara di dunia, termasuk Indonesia.

Menurut Aziz (2009:318) jika dakwah dilakukannya melalui tulisan, maka yang ditulis itulah menjadi pesan dakwahnya. Jika dakwah nya melalui lisan, maka yang diucapkan pada pembicaraan itulah pesan dakwahnya. Dan jika melalui perbuatan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwahnya.

Para *da'i* harus mampu menginterpretasikan dakwah sebagai gerakan moral dan gerakan kebudayaan dalam menghadapi objek dakwah yang sekarang berada dalam kondisi transisi. Empat belas abad silam, sebagaimana yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW, dakwah memiliki tujuan secara kuantitatif, dengan penciptaan masyarakat yang sadar akan perlakuannya selama ini adalah hasil dari mereduksi budaya Barat. Berfungsi sebagai *transformator* sosial budaya yang berakar pada keyakinan adanya Tuhan Yang Maha Esa, sehingga perlu di transformasikan ke dalam etika Islam.

c. Media Sosial

Kehadiran media sosial saat ini menjadi bukan hal yang asing bagi masyarakat, hampir sebagian telah menggunakan media sosial untuk kehidupan dan lain sebagainya. Berkembangnya teknologi informasi yang sangat pesat ini

membuat banyak orang memanfaatkan serta menggunakan internet menjadi hal utama dalam berkomunikasi. Nasrullah dalam Irfandi (2021:14) media sosial ialah suatu wadah kerjasama antar penggunanya sehingga menghasilkan konten.

Media sosial saat ini terdiri dari berbagai macam salah satunya ialah Instagram, twitter, tiktok dan lain sebagainya. Melalui media sosial, penggunanya dapat melakukan berbagai macam kegiatan mulai dari pendidikan, hiburan dan lainnya.

d. TikTok

Tiktok merupakan sebuah media sosial yang menampilkan beberapa konten dalam bentuk visual atau video. Rahmawati dalam Ashidiqi (2021:1) tiktok ialah aplikasi video dan jejaring sosial yang berasal dari cina dan sedang ramai digunakan *industry* digital Indonesia. Aplikasi TikTok menjadi aplikasi yang banyak digunakan dan disukai oleh banyak generasi *millennial* di jaman sekarang ini karena pada aplikasi tersebut memberikan kebebasan untuk membuat video sesuai yang di inginkan.

Pada tahun 2018, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI melarang serta memblokir berlangsungnya aplikasi TikTok di Indonesia karena mengandung hal yang negatif ke penggunanya. Akan tetapi 8 bulan setelah pemblokiran aplikasi tiktok, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI membuka kembali keberlangsungan aplikasi tersebut dan membuat regulasi

terhadap penggunaannya. Saat ini tidak sedikit pada aplikasi tiktok terdapat berbagai macam konten edukasi yang dibuat oleh para kreator untuk memberikan pengetahuan khususnya di bidang dakwah. Salah satunya ialah kreator @risyad_bay yang menjadi ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian.

G. Langkah-langkah Penelitian

Dijelaskan bahwa dalam penelitian ini memiliki langkah-langkah yang akan dilaksanakan dalam proses penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini tidak dilakukan pada tempat-tempat tertentu yang bersifat khusus, dikarenakan ini bukan penelitian yang bersifat lapangan. Adapun objek penelitian ini adalah pengelolaan dakwah yang terdapat pada konten video akun TikTok milik @risyad_bay.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma konstruktivisme adalah tentang suatu pengetahuan bukan hanya melihat dari sebuah fakta yang diamati, tetapi juga berdasarkan hasil konstruksi subjek yang diteliti. Paradigma konstruktivisme juga dalam melihat suatu fenomena tidak bisa dirasakan dan di nilai oleh satu orang yang membuat fenomena tersebut di generalisasikan, tetapi paradigma ini juga melihat dan menilai apa yang orang lain lihat.

Berdasarkan penelitian ini, paradigma konstruktivisme ini dapat digunakan karena realitas yang dijalankan bisa dirasakan dengan rasa yang sama. Pengguna akun media sosial tiktok @risyad_bay pastinya memiliki cara tersendiri untuk memberikan dan membuat konten-kontennya. Cara tersebut menjadi perbedaan yang dirasakan oleh pengguna akun media sosial tiktok @risyad_bay dengan pengguna akun media sosial tiktok yang lainnya dalam membuat konten penyampaian dakwah nya.

Untuk pendekatannya, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Kualitatif ialah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara utuh yang dilakukan pada kondisi alamiah pada *instrument* tertentu.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena pada penelitian ini peneliti memiliki tujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam berupa pengembangan teori dari realitas yang diteliti. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan hasil analisis peneliti dari hasil data-data yang didapat melalui sumber data baik *primer* maupun *sekunder*.

Pendekatan kualitatif pada penelitian ini menggambarkan bahwa hasil penelitian yang didapat oleh peneliti lewat proses wawancara maupun observasi yang akan dikumpulkan dan dilakukan analisis oleh peneliti menjadi data yang sederhana.

3. Metode Penelitian

Menurut Nazir (2014:43) metode deskriptif ialah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Metode deskriptif memiliki tujuan untuk menemukan serta mencari pengetahuan secara lebih luas terhadap fenomena pada penelitian. Metode ini juga menghasilkan kalimat bukan berupa sebuah angka.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif, yaitu penelitian yang menjadi sebuah gambaran yang akan di deskripsikan dengan berlandaskan fenomena yang terjadi dan tidak bisa terukur dengan angka.

Metode deskriptif ini nantinya akan digunakan untuk menjawab beberapa pertanyaan tentang apa strategi komunikasi dakwah yang terkandung di dalam konten video tiktok akun milik @risyard_bay.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu data dalam bentuk deskripsi dan narasi. Adapun jenis data yang di identifikasikan dalam penelitian ini, menyamakan data/informasi apa yang disampaikan oleh @risyard_bay, dengan apa yang ada di dalam akun TikTiknya.

Yaitu terkait dengan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam pengelolaan konten dakwah melalui media sosial.

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini, diperlukan data yang dapat diperoleh dari berbagai sumber yang tentunya sesuai dengan jenis penelitiannya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi:

1. Data Primer

Untuk mendapatkan data pokok yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi dakwah yaitu tentang bagaimana perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang terkandung pada konten-konten video akun TikTok milik @risyad_bay, melalui proses wawancara secara langsung oleh konten kreator tersebut.

2. Data Sekunder

Data rujukan yang dapat digunakan dalam penelitian ini bersumber dari beberapa tim yang bersangkutan langsung dalam pembuatan kontennya, artikel, jurnal, karya ilmiah, aplikasi TikTok, ataupun sumber pendukung lainnya yang berkaitan dengan konten video yang akan diteliti.

5. Informan dan Unit Analisis

Informan dalam penelitian ini adalah konten kreator dari akun TikTok @risyad_bay, yang memiliki nama asli Risyad Ubaidillah.

Sedangkan unit analisis dalam penelitian ini sendiri adalah kata-kata ataupun kalimat yang diucapkan oleh konten kreator @risyad_bay pada video konten dakwahnya pada bulan Januari-Mei di platform TikTok dan diteliti langsung dengan konten kreator secara langsung dengan proses wawancara.

6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini terdapat 3 teknik, yaitu:

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2012:145) observasi dilakukan untuk teknik pengumpulan data yang memiliki ciri-ciri berkenaan dengan sikap/perilaku manusia, proses bekerja, gejala-gejala alam yang terjadi dan pengaruh responden yang diamati tidak terlalu besar. Peneliti mengobservasi akun yang akan diteliti yaitu milik @risyad_bay tujuannya untuk mengetahui berbagai cara dan metode penyampaian isi pesan dakwah yang terdapat pada akun tiktok tersebut. Tujuan dari observasi dilakukan untuk melihat secara langsung proses konten kreator dalam menyebarkan pesan dakwahnya. Peneliti juga ikut serta menjadi pengikut tiktok akun milik @risyad_bay dengan maksud agar mendapatkan informasi lebih.

Observasi ini juga kemungkinannya akan dilakukan secara terjun langsung yaitu ketika proses ke dalam sebuah perencanaan, pelaksanaan, dan juga pada

saat pengevaluasian konten yang ada dalam akun TikTok @risyard_bay tersebut.

b. Wawancara

Terhadap teknik pengumpulan data, wawancara merupakan salah satu teknik metode kualitatif. Wawancara berfungsi untuk melakukan pengecekan ulang/konfirmasi pada suatu informasi yang telah diperoleh sebelumnya. Menurut Sugiyono (2012:138) tujuan dari wawancara mendalam guna mendapatkan data yang pasti dan terperinci.

Teknik yang dilakukan peneliti dalam wawancara ialah wawancara semi terstruktur, dimana wawancara tetap dilakukan dalam pedoman yang telah dibuat sesuai dengan 5W 1H, akan tetapi sifatnya lebih fleksibel agar informan dalam wawancara semi terstruktur ini dapat lebih terbuka dan bisa mengeluarkan pendapatnya. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara secara online dengan konten kreator pemilik akun tiktok @risyard_bay. Akan tetapi, peneliti tidak akan menjadikan wawancara sebagai patokan utama terhadap sumber data penelitian.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi ialah pengumpulan data yang didapatkan melalui file dokumen, rekaman, tulisan, hasil dokumentasi foto ataupun video dari objek penelitian. Peneliti akan mengumpulkan semua dokumentasi postingan video

dan menghubungkan dengan objek yang akan diteliti pada akun TikTok milik @risyard_bay.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Metode keabsahan data yang peneliti akan gunakan pada penelitian ini ialah metode keabsahan data triangulasi sumber data. Menurut Moleong (2012) triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu, untuk keperluan pembanding/pengecekan terhadap data yang sudah di dapatkan.

Tujuannya ialah agar pada hasil dari penelitian atau wawancara nanti akan dilakukan mendeskripsikan serta mengkategorisasikan terhadap pandangan atau informasi yang sama dari para informan penelitian dan diambil yang lebih spesifiknya.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengorganisasikan dan menganalisis data. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami realitas/fenomena tentang berbagai hal atau keadaan yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, pikiran, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik.

Dengan cara analisis deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang bersifat alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode

ilmiah. Proses analisis data ini diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan yang telah ditulis pada catatan lapangan, gambar, dokumen, dan sebagainya. Setelah data terkumpul maka penulis menggunakan pengolahan data yang terhimpun dari data lapangan lalu diperiksa lagi keasliannya dengan memastikan seluruh data yang didapatkan dari berbagai macam sumber tersebut, lalu kemudian diproses dengan analisis deskriptif kualitatif.

Peneliti akan menggunakan tiga tahapan analisa yang dipaparkan oleh Miles dan Huberman yaitu reduksi data (*data reduction*), paparan data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion*).

9. Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.2 Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	November 2022	Desember 2022	Januari 2023	Februari 2023	Maret 2023	April 2023
Tahap Pertama							
1.	Pengumpulan data proposal						
2.	Penyusunan proposal						

3.	Bimbingan proposal						
4.	Revisi proposal						
Tahap Kedua							
5.	Sidang usulan penelitian						
6.	Revisi usulan penelitian						
Tahap Ketiga							
7.	Pelaksanaan penelitian						
8.	Analisis dan pengolahan data						
9.	Penulisan laporan						
10.	Bimbingan skripsi						

Tahap Keempat							
11.	Bimbingan akhir skripsi						
12.	Sidang skripsi						
13.	Revisi skripsi						

