

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Saat ini zaman yang segalanya serba canggih akan teknologi, semakin memungkinkan untuk terjalannya komunikasi yang lebih mudah dan cakupannya lebih luas. Dapat dikatakan perkembangan teknologi di masa sekarang ini sudah mengalami banyak perbedaan yang sangat jauh jika dibandingkan dengan zaman dahulu. Contohnya saja media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi itu dapat diakses dengan mudah oleh semua orang untuk dapat saling terhubung dalam komunikasi. Di dalam komunikasi tersebut, terjadi pertukaran informasi yang cukup banyak salah satunya adalah informasi tentang Agama Islam yang seyogyanya agama islam menjadi panduan dasar hidup manusia itu harus benar-benar sesuai dengan sumber yang telah ditetapkan oleh Allah Swt dan rosulnya, dan untuk terus bisa mengajak manusia hidup dengan lebih baik sesuai dengan ajaran agama islam adalah dakwah.

Umumnya dakwah dilakukan di masjid atau di tempat pengajian lainnya, namun biasanya dakwah yang dilakukan tersebut terdengar tidak bervariasi atau monoton sehingga tidak banyak masyarakat muslim apalagi dari kalangan pemuda ikut mendengarkan dakwah tersebut, berdasarkan hal tersebutlah para da'i harus mengimplementasikan ilmu retorika saat melakukan dakwah.

Melihat perkembangan teknologi yang semakin canggih dan hadirnya media sosial yang menjadi salah satu wadah menerima dan menyebarkan informasi

sehingga terjadilah pergeseran cara mengetahui, membaca, dan berbagi cerita. Tentunya menjadi suatu tantangan baru bagi para da'i-da'i yang biasanya menyampaikan dakwah secara tradisional yakni dari tempat satu ke tempat yang lain. Akan tetapi dakwah di masa sekarang tidak lagi membutuhkan kehadiran langsung secara sosial. salah satu solusinya adalah menyampaikan dakwah dengan bantuan teknologi informasi modern.

Banyak para dai yang mau tidak mau harus mengikuti perkembangan teknologi tersebut, dan diharapkan dapat menyampaikan dakwah melalui media-media yang ramai digunakan oleh masyarakat pada saat ini, mengingat generasi sekarang banyak anak muda yang sudah sibuk dengan gadgetnya ketimbang harus hadir di masjid atau di tempat kajian. Salah satu media yang ramai digunakan saat ini adalah Tiktok.

Aplikasi Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi Tik Tok telah menarik perhatian banyak kalangan dalam bidang dakwah untuk berdakwah pada aplikasi tersebut. Mulai dari ulama-ulama yang sudah memiliki ilmu yang luar biasa hingga munculnya para da'i-da'i baru dari kalangan muda. Salahsatunya adalah Rahmat Al Fatih melalui akun Tiktoknya @Rahmatalfatiih. Dalam konten dakwahnya, Rahmat Al Fatih selalu menyampaikan pesan-pesan dakwahnya secara menarik, singkat dan mudah dimengerti sehingga dapat diterima masyarakat muslim khususnya oleh pemuda. Tapi

Meskipun demikian, tidak semua dai-dai ditiktok yang mengunggah video dakwah memiliki kualitas retorika dakwah yang baik.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah penelitian tentang retorika dakwah di media sosial TikTok. Penelitian ini akan membantu para dai-dai lain di TikTok yang ingin mengunggah video dakwah agar dapat menghasilkan konten yang lebih efektif dan berkualitas. Disamping tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat ikut serta memberikan kontribusi untuk pengembangan dakwah di era digital yang semakin maju ini.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, penulis tertarik membahas permasalahan tersebut pada skripsi berjudul **“Retorika Dakwah Pemuda Dalam Kontek Tiktok (Studi Deskriptif Terhadap Akun Tiktok @Rahmatalfatih)”**

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Retorika Dakwah Pemuda dalam Konten TikTok dalam akun TikTok @Rahmatalfatih”. Maka peneliti telah mengajukan beberapa pertanyaan penelitian, diantaranya:

1. Bagaimana *ethos* dakwah pemuda dalam konten di akun Tiktok @Rahmatalfatih?
2. Bagaimana *pathos* dakwah pemuda dalam konten di akun Tiktok @Rahmatalfatih?
3. Bagaimana *logos* dakwah pemuda dalam konten di akun Tiktok @Rahmatalfatih?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui beberapa pertanyaan penelitian di atas mengenai retorika dakwah di media sosial dalam akun TikTok @Rahmatalfatiih.

1. Untuk mengetahui *ethos* dakwah pemuda dalam konten di akun Tiktok @Rahmatalfatiih.
2. Untuk mengetahui *pathos* dakwah pemuda dalam konten di akun Tiktok @Rahmatalfatiih.
3. Untuk mengetahui *logos* dakwah pemuda dalam konten di akun Tiktok @Rahmatalfatiih.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Dengan penelitian ini, penulis berharap mampu merumuskan konsep bagaimana cara menyampaikan sebuah dakwah di media sosial khususnya di TikTok, dan sebagai tambahan sumbangan pemikiran untuk meningkatkan kemampuan retorika bagi seorang da'i terutama untuk para da'i yang ingin berdakwah menggunakan media sosial. Sehingga kegiatan tabligh atau berceramah menjadi lebih efektif dan kreatif dengan menghasilkan karya-karya yang positif dalam dunia teknologi dan dunia modern. Judul yang sedang diteliti ini juga diharapkan dapat menjadi materi untuk perbandingan selanjutnya di era selanjutnya.

2. Secara Praktis

Untuk tujuan praktisnya, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan akademis jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan juga dapat dijadikan referensi bagi praktisi dakwah dalam melakukan kegiatan dakwah melalui platform media sosial untuk menunjang keberhasilan dari tujuan dakwah melalui media sosial.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Penelitian ini disusun dengan mengacu kepada penelitian terdahulu yang telah diselesaikan oleh beberapa peneliti lainnya yang pembahasannya hampir serupa dengan penelitian ini dari mulai isi serta tujuan penyusunan karya ilmiahnya.

Diantaranya:

Pertama, Muhammad Fachrurrazi (2021). *“Retorika Dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi (Abu Takeru) (Studi deskriptif pada channel Youtube Abu Takeru)”*.

Persamaan yang ditemukan adalah pembahasan tentang retorika dakwah di media sosial. perbedaannya pada media yakni platform media sosial Youtube sedangkan penelitian ini menggunakan media TikTok

Kedua, Ibrahim Ajie Wiguna (2022). *“Model Retorika Uztaz K.H. Saepul Bahri dalam Kajian Rutinan di Masjid Assalam Sumedang”*. Persamaan yang ditemukan adalah membahas tentang retorika. Perbedaannya yaitu penelitian Ibrahim Ajie Wiguna membahas retorika konvensional.

Ketiga, Imara Salsabila (2023). *“Retorika Dakwah Teungku Sakhra Melalui Akun TikTok @Teungkusakhra.ay_”*. Persamaan yang ditemukan dengan penelitian

ini yaitu sama-sama meneliti retorika dakwah di tiktok. Perbedaannya yaitu dari objek yang diteliti.

Keempat, Jurnal Bobby H. Trilaksono (2021). *“Media Retorika Dakwah pada Era Milenial”*. Persamaan dari jurnal tersebut yaitu sama-sama membahas media retorika. Perbedaannya, jurnal tersebut membahas media retorika secara umum, sedangkan penelitian ini membahas media retorika yang lebih spesifik.

Tabel 1.1 Kajian Penelitian yang Relevan

No.	Penelitian atau Skripsi	Peneliti dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Penelitian oleh Muhammad Fachrurrazi, mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati dengan judul “Retorika Dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi (Abu Takeru) (Studi deskriptif pada channel Youtube Abu Takeru)”	Muhammad Fachrurrazi tahun 2021. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.	Persamaan yang ditemukan adalah pembahasan tentang retorika dakwah di media sosial.	Perbedaannya pada media yakni platform media sosial Youtube sedangkan penelitian ini menggunakan media TikTok.
2	Penelitian oleh Ibrahim Ajie Wiguna, mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati dengan judul “Model Retorika Uztaz K.H. Saepul Bahri dalam Kajian Rutinan di Masjid Assalam Sumedang”	Ibrahim Ajie Wiguna tahun 2022. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.	Persamaan yang ditemukan adalah membahas tentang retorika.	Perbedaannya yaitu penelitian Ibrahim Ajie Wiguna membahas retorika konvensional.
3	Penelitian oleh Imara Salsabila, mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Retorika	Imara Salsabila, tahun 2023. UIN Syarif	Persamaan yang ditemukan dengan	Perbedaannya yaitu dari

	Dakwah Teungku Sakhra Melalui Akun TikTok @Teungkusakhra.ay_”	Hidayatullah Jakarta.	penelitian ini yaitu sama-sama meneliti retorika dakwah di tiktok.	objek yang diteliti.
4	Jurnal oleh Bobby H. Trilaksono, dengan judul “Media Retorika Dakwah pada Era Milenial”	Bobby H. Trilaksono tahun 2021. UIN Syarif Hidayatullah.	Persamaan dari jurnal tersebut yaitu sama-sama membahas media retorika.	Perbedaannya, jurnal tersebut membahas media retorika secara umum, sedangkan penelitian ini membahas media retorika yang lebih spesifik.

Dari hasil penelitian terdahulu yang penulis sajikan, penulis dapat menyimpulkan beberapa penelitian sebelumnya sangat berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti dalam hal judul, topik, dan objek yang diteliti.

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Dalam proses dakwah di media sosial, terdapat beberapa komponen yang tidak dapat dipisahkan yaitu lisan, tulisan, dan audiovisual. Di platform media sosial TikTok yang digunakan adalah audiovisual yang menggunakan pada indra pendengaran dan penglihatan. Dalam akun TikTok @Rahmatalfatih dilakukan penelitian terhadap retorika dari beberapa video dakwahnya dengan menggunakan teori retorika dari Aristoteles.

Menurut Aristoteles, retorika mengacu pada semua usaha yang bertujuan untuk melakukan persuasi (Bukran Efendi, 2021). Dalam konteks ini, persuasi

mengacu pada usaha untuk meyakinkan pendengar tentang kebenaran ide yang disampaikan dalam topik pembicaraan.

Menurut Rifqy Nadhmy (2021), Teori Aristoteles tentang retorika didasarkan pada dua asumsi penting. Asumsi pertama adalah bahwa pembicara publik yang efektif harus memperhatikan audiens mereka, sedangkan asumsi kedua adalah bahwa pembicara publik yang efektif menggunakan berbagai bukti dalam presentasi mereka. Dalam konteks berbicara di depan umum, Aristoteles menganjurkan pengakuan atas hubungan antara pembicara dan audiens.

Bukti inartistik atau eksternal merujuk pada bukti-bukti yang tidak dibuat oleh pembicara dan termasuk kesaksian saksi atau dokumen yang sudah ada sebelumnya. (Griffin et al., 2018) Bukti-bukti ini berada di luar konstruksi retorika individu dan tidak dikembangkan oleh pembicara. Sebagai pembicara, bukti artistik merupakan hasil penemuan dan pembangunan, sedangkan bukti inartistik sudah ada sebelumnya. Oleh karena itu, bukti inartistik tidak tergantung pada situasi atau kondisi yang harus dipersiapkan oleh retorika persuasif, karena bukti tersebut merupakan bahan yang dapat dipilih dalam pembangunan argumen. (Phillips, 2019)

Asumsi kedua yang menjadi dasar teori Aristoteles berkaitan dengan tiga jenis bukti retorik: logika (*logos*), emosi (*pathos*), dan etika atau kredibilitas (*ethos*). Pembicara yang efektif menggunakan beberapa jenis bukti ini dalam presentasi mereka. Bukti-bukti ini mengacu pada cara-cara persuasi, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Dengan memanfaatkan kombinasi bukti-bukti ini, pembicara yang efektif dapat memperkuat argumen mereka dan mempengaruhi audiens melalui

kredibilitas, emosi, dan logika yang disampaikan dalam presentasi mereka. (Venus et al., 2019).

Menurut Littlejohn dkk (2011), Aristoteles juga menyebutkan bahwa ada lima hukum dasar dalam penyusunan retorika (*The Five Canons of Rhetoric*). Penerapan lima hukum dasar retorika ini adalah:

a. *Inventio* (penemuan)

Inventio atau penemuan merupakan tahap pertama dalam penyusunan retorika. Pada tahap ini, pembicara perlu menemukan ide atau gagasan yang akan disampaikan kepada audiens. Dalam penemuan, pembicara harus memilih topik yang relevan dengan audiens dan memiliki kepentingan atau nilai yang memotivasi mereka.

b. *Disposition* (penyusunan)

Setelah ide atau gagasan ditemukan, tahap selanjutnya adalah penyusunan atau arrangement. Pada tahap ini, pembicara harus menentukan struktur atau urutan yang tepat untuk menyampaikan pesan. Aristoteles menyarankan agar penyampaian pesan dimulai dengan memperkenalkan topik atau masalah, diikuti dengan bukti atau argumen, dan diakhiri dengan kesimpulan atau rangkuman.

c. *Elucatio* (Gaya)

Gaya merupakan cara atau bahasa yang digunakan oleh pembicara untuk menyampaikan pesan. Aristoteles menyarankan agar gaya penyampaian pesan sesuai dengan audiens atau pembaca yang dituju. Gaya harus mempertimbangkan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens, mempertimbangkan kultur dan latar

belakang mereka, dan menyesuaikan tingkat kesulitan bahasa dengan tingkat pemahaman audiens.

d. *Memoria* (Memori)

Memoria atau memori adalah kemampuan pembicara untuk mengingat dan mempertahankan informasi dan argumen yang disampaikan kepada audiens. Aristoteles menyarankan agar pembicara mempersiapkan diri dengan baik sebelum menyampaikan pesan, menguasai topik atau masalah yang disampaikan, dan mengingat bukti atau argumen yang akan disampaikan. Pembicara juga harus mempertimbangkan pendekatan atau teknik memori yang sesuai untuk membantu mereka mengingat informasi yang akan disampaikan.

e. *Pronuntitatio* (penyampaian)

Penyampaian adalah kemampuan pembicara untuk menyampaikan pesan dengan gaya dan cara yang tepat. Aristoteles menyarankan agar pengiriman disesuaikan dengan gaya penyampaian dan tujuan yang ingin dicapai. Pembicara harus mempertimbangkan faktor seperti intonasi, volume, gerakan tubuh, dan kontak mata untuk mempertahankan perhatian audiens.

2. Kerangka Konseptual

Dakwah merupakan hal yang tidak asing dilakukan oleh seorang dai. Dakwah memiliki banyak arti seperti ajakan atau seruan. Menurut bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab, yaitu *da'aa – yad'uu – da'watan* yang memiliki pengertian memanggil, menyeru, mengajak, mengundang (Mahmud Yunus, 1973: 127)

Dakwah memiliki arti yang luas, secara linguistik dapat diartikan sebagai an-Nida, yaitu memanggil atau mengundang. Selain itu, menurut Ahmad Zaini (2016), dakwah juga merujuk kepada *ad-dua'a ila syai'I*, yang berarti mengajak atau menyeru. Selanjutnya, dakwah juga memiliki makna *ad-dakwah ila qadhiyah*, yang mengindikasikan tindakan menegaskan atau membela baik yang benar maupun yang salah, baik dalam konteks positif maupun negatif. Jum'ah Amin Abdul Aziz berpendapat bahwa terdapat dakwah atau seruan yang bertujuan untuk mendapatkan kebahagiaan surga, namun juga ada seruan yang mengarah pada sifat-sifat yang membawa ke neraka. Oleh karena itu, pengertian dakwah secara linguistik tetap bersifat umum dan netral, yang memiliki kemampuan untuk mengajak dan menyeru dalam hal-hal yang baik maupun sebaliknya.

Terdapat pula metode dakwah dalam Islam yang diharapkan dapat membantu pesan-pesan Islam mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat serta memberikan manfaat bagi kehidupan mereka. Dalam menggunakan metode dakwah apapun, hal yang harus diperhatikan adalah dari segi penyampaiannya terutama gaya bicara agar dapat lebih mudah diterima oleh mad'u. Salah satunya yaitu dari segi retorika, jika seni berbicaranya semakin baik, maka semakin dapat mudah dipahami dan tujuan dari dakwah dapat lebih mudah dijalankan.

Dalam konteks dakwah di media sosial TikTok, retorika digunakan sebagai salah satu teknik atau strategi untuk mempengaruhi pemirsa dan mempromosikan pesan-pesan Islam melalui video-video pendek. Teknik-teknik retorika seperti penggunaan bahasa yang persuasif, penggunaan citraan, dan pemilihan kata yang tepat dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas dakwah di media sosial.

Media sosial adalah platform online yang memfasilitasi hubungan yang erat antara individu melalui teknologi berbasis web, yang memungkinkan mereka berkomunikasi secara satu arah atau melalui dialog interaktif. Melalui teknologi ini, pengguna dapat dengan mudah berinteraksi dan berbagi pesan melalui jejaring sosial, blog, forum online, dan lain sebagainya. Media sosial beroperasi berdasarkan teknologi internet yang membentuk pola komunikasi dan penyebaran informasi dari satu individu ke banyak audiens atau lebih (Paramitha, 2011). Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial dan dakwah.

Salah satu aspek yang membuat media sosial sangat menarik bagi pengguna adalah kemampuannya untuk memungkinkan mereka untuk terhubung dengan orang-orang dari seluruh dunia. Pengguna dapat dengan mudah berkomunikasi dan berbagi ide dengan orang-orang yang berbeda latar belakang dan budaya. Media sosial juga memungkinkan pengguna untuk membangun jaringan sosial yang kuat, yang dapat membantu mereka dalam berbagai aspek kehidupan.

Namun, media sosial juga memiliki dampak negatif pada penggunanya. Beberapa masalah yang terkait dengan penggunaan media sosial termasuk kecanduan, depresi, dan isolasi sosial. Selain itu, media sosial juga dapat menyebarkan berita palsu atau informasi yang tidak benar yang dapat mempengaruhi pandangan dan opini publik. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk menggunakan media sosial dengan bijak dan bertanggung jawab.

Salah satu media yang tengah populer yaitu TikTok karena kemampuannya untuk menghubungkan pengguna dari berbagai belahan dunia. TikTok adalah

sebuah aplikasi yang menawarkan efek khusus yang unik dan menarik. Pengguna aplikasi ini dapat membuat, mengedit, dan membagikan klip video pendek dengan durasi yang bervariasi, mulai dari 15 detik, 60 detik, hingga 3 menit. Aplikasi ini juga dilengkapi dengan berbagai musik pendukung dan filter wajah yang dapat digunakan oleh pengguna untuk meningkatkan kualitas dan kreativitas video mereka (Palupi, 2021, hal. 91). TikTok memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri mereka secara kreatif dan berinteraksi dengan orang-orang dari latar belakang yang berbeda. Banyak pengguna TikTok menganggap platform ini sebagai tempat untuk menemukan teman baru dan mengembangkan komunitas.

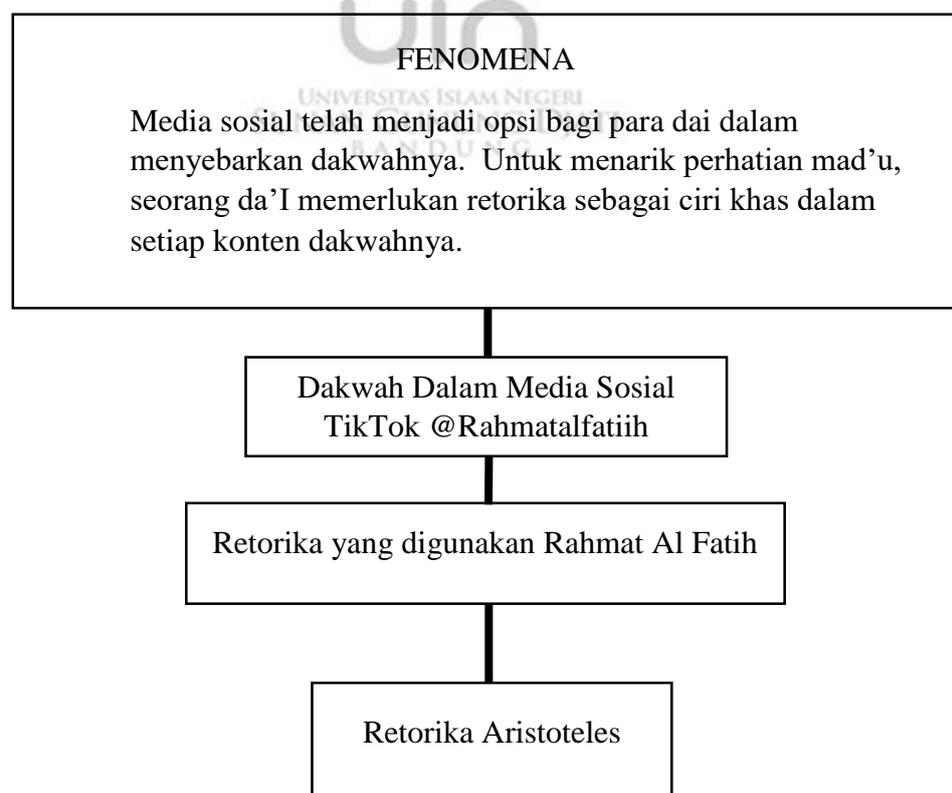
Namun, TikTok juga menghadapi sejumlah kontroversi terkait privasi data dan keamanan. Pemerintah India dan Amerika Serikat melarang penggunaannya karena dikhawatirkan membahayakan privasi dan keamanan pengguna. TikTok kemudian mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan keamanan dan transparansi, seperti membuka pusat transparansi data dan meningkatkan kebijakan privasi pengguna.

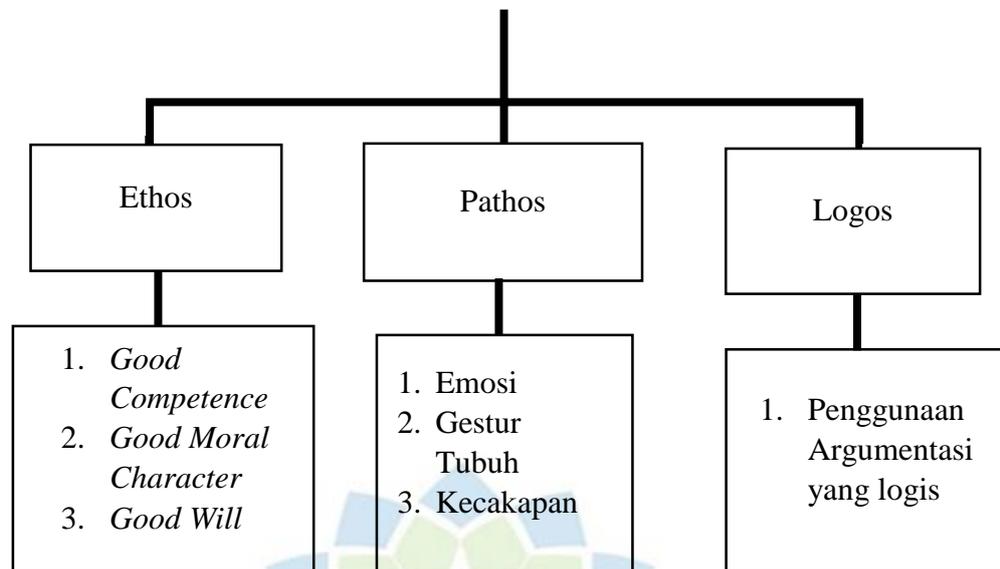
Menurut Clara Sinta Pratiwi (2022), Saat ini, TikTok telah berhasil menggeser platform media sosial populer sebelumnya dan menjadi platform nomor 2 yang paling banyak digunakan dan diakses di dunia setelah Whatsapp. Sebagai platform yang populer di kalangan generasi muda, TikTok menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan dalam praktik retorika digital.

Dalam upaya menyeru dan mengajak ke jalan kebaikan, media memegang peran penting dalam menyampaikan pesan dakwah dengan baik. Di era modern saat ini, di mana kehidupan masyarakat sangat tergantung pada koneksi internet, cara

dakwah dan media yang digunakan haruslah fleksibel mengikuti perkembangan komunikasi yang semakin canggih. Hal ini melibatkan tidak hanya penggunaan perangkat keras, tetapi juga jangkauan dan eksplorasi tanpa batas geografis dan budaya. TikTok yang menjadi tren dunia saat ini diharapkan mampu menjadi representasi media dakwah, mengingat bahwa dakwah adalah suatu proses komunikasi yang bersifat dinamis dan berkelanjutan. Oleh karena itu, dakwah sebaiknya dilakukan dengan inovatif (Ilaihi, 2013).

Pengguna TikTok sering menggunakan teknik-teknik retorika dalam video yang mereka buat, termasuk dalam konten-konten dakwah yang bertujuan untuk memperkuat nilai-nilai keagamaan dan moralitas. Namun, hal ini juga menimbulkan tantangan tersendiri dalam memastikan kebenaran informasi dan kualitas dari pesan yang disampaikan. Secara jelasnya, penelitian ini memiliki kerangka konseptual sebagai berikut:





Tabel 1.2 Kerangka pemikiran

G. Langkah-Langkah Penelitian

Dalam mengkaji penelitian retorika dakwah yang digunakan Rahmat Al Fatih dalam video dakwah di akun TikTiknya, peneliti menggunakan beberapa langkah penelitian, diantaranya:

1. Objek Penelitian

Akun TikTok @rahmatalfatih merupakan salah satu akun di platform TikTok yang fokus mengkaji pada konten-konten dakwah terutama dalam konten *story telling*. Akun tersebut dikelola oleh Rahmat Alfatih, seorang dai muda yang aktif dalam membuat konten video pendek *story telling* di TikTok dengan tema-tema keagamaan dan sosial yang relevan dengan konteks masyarakat.

Dalam akunnya, Rahmat Alfatih sering membagikan konten dakwah kisah islami atau *story telling* yang mudah dipahami dan bersifat edukatif, dengan menyampaikan pesan-pesan kebaikan dan nilai-nilai Islam yang dapat diterapkan

dalam kehidupan sehari-hari. Ia juga menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh khalayak umum, serta memanfaatkan berbagai format dan teknik editing yang menarik untuk menarik perhatian pengguna TikTok.

Penelitian yang dilakukan terhadap akun TikTok dakwah @rahmatalfatiih diharapkan dapat memberikan penjelasan mengenai dakwah yang dilakukan melalui media sosial TikTok. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan masukan dan saran yang bermanfaat bagi para dai muda lainnya yang ingin menyebarkan dakwah melalui media sosial, serta memberikan manfaat bagi masyarakat yang dapat teredukasi dan terinspirasi melalui konten-konten dakwah yang disampaikan di platform tersebut.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang akan diaplikasikan di penelitian ini yaitu metode studi deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan suatu fenomena atau objek penelitian secara detail dan terperinci. Metode ini biasanya digunakan pada penelitian yang bersifat eksploratif atau penelitian awal yang dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai fenomena atau objek penelitian yang belum banyak diketahui.

Dalam penelitian deskriptif kualitatif, data yang dikumpulkan biasanya bersifat non-numerik atau tidak berbentuk angka, seperti data dari observasi dan dokumen.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif analisis isi. Analisis isi adalah pendekatan kualitatif yang memfokuskan pada analisis konten dari dokumen tertulis atau lisan, seperti diskusi kelompok, atau tulisan jurnal.

Dalam penelitian tentang akun TikTok, peneliti dapat mengumpulkan data dalam bentuk video, teks, dan gambar dari akun TikTok yang dipilih. Data ini kemudian dapat dianalisis secara kualitatif menggunakan teknik analisis isi untuk mengidentifikasi tema dan pola dalam konten yang diposting pada akun TikTok.

4. 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 Rahmat Al Fatih. 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.

b. Sumber Data

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

1) Data Primer

Dalam penelitian akun TikTok dakwah @rahmatalfatih, data primer yang digunakan untuk penelitian proposal adalah 16 video sampel yang diunggah

dari tanggal 4 Mei 2022 - 3 Mei 2023. Data primer ini diperoleh langsung dari objek penelitian, yaitu akun TikTok @rahmatalfatiih. Namun dalam proses pengerjaan skripsi ini, akun TikTok @rahmatalfatiih telah mengarsipkan beberapa konten videonya. Maka data primer yang menjadi hasil akhir dalam pengerjaan skripsi ini adalah 10 konten video sampel yang diunggah dari tanggal 16 Juni 2023 – 14 Juli 2023.

Pengumpulan data primer pada penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan observasi langsung terhadap video-video dakwah yang dipilih sebagai sampel.

Pada penelitian ini, data primer sangat penting karena data tersebut memberikan gambaran yang langsung diperoleh dari objek penelitian, yaitu akun TikTok dakwah @rahmatalfatiih. Data primer ini dapat memberikan informasi yang akurat dan mendalam mengenai isi video dakwah yang diunggah oleh akun @rahmatalfatiih yang diunggah dari tanggal 16 Juni 2023 – 14 Juli 2023.

Dalam analisis data, peneliti perlu memperhatikan setiap detail dari data primer yang diperoleh untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan. Hasil analisis data primer dapat digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi pola-pola atau tema-tema tertentu yang ada pada video dakwah di akun TikTok dakwah @rahmatalfatiih.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diperoleh atau dikumpulkan oleh orang lain atau lembaga tertentu sebelumnya dan dapat digunakan oleh peneliti

untuk tujuan tertentu. Data sekunder dapat berupa dokumen, jurnal, laporan, statistik, atau informasi yang tersedia di dalam database, arsip, atau situs web.

Dalam penelitian, data sekunder biasanya digunakan sebagai sumber data tambahan yang dapat memperkuat hasil penelitian atau memperluas wawasan peneliti mengenai topik yang sedang diteliti. Data sekunder dapat memberikan informasi yang lebih luas dan lengkap mengenai topik penelitian, serta dapat membantu peneliti dalam mengevaluasi dan membandingkan data yang telah diperoleh.

Dalam mengumpulkan data sekunder, peneliti dapat melakukan pencarian melalui database online, situs web resmi, arsip, atau pusat data yang terkait dengan topik penelitian. Setelah data diperoleh, peneliti perlu melakukan pengolahan data yang tepat dan menghubungkan data tersebut dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

5. 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

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan dan observasi sistematis. Observasi non-partisipan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati objek penelitian tanpa terlibat secara langsung dalam kegiatan yang diamati. Dalam konteks penelitian akun TikTok

@rahmatalfatiih, observasi non-partisipan dapat dilakukan dengan mengamati konten video yang diunggah pada akun tersebut tanpa terlibat secara langsung dengan akun tersebut. Observasi non-partisipan dapat memberikan data yang objektif dan tidak terpengaruh oleh faktor subjektivitas peneliti.

Sementara itu, observasi sistematis adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati objek penelitian secara sistematis dan terstruktur dengan menggunakan instrumen pengamatan yang telah ditentukan. Dalam penelitian akun TikTok @rahmatalfatiih, observasi sistematis dapat dilakukan dengan mengamati setiap video yang diunggah pada akun tersebut dengan menggunakan instrumen pengamatan tertentu. Observasi sistematis dapat memberikan data yang lebih terperinci dan spesifik mengenai karakteristik atau pola yang terdapat pada video yang diunggah pada akun tersebut.

Kedua teknik pengamatan ini dapat digunakan dalam penelitian akun TikTok @rahmatalfatiih untuk mengumpulkan data yang lebih lengkap dan terstruktur mengenai konten video yang diunggah pada akun tersebut. Namun, peneliti perlu memperhatikan kelemahan dan kelebihan dari masing-masing teknik pengamatan untuk memilih teknik pengamatan yang sesuai dengan tujuan penelitian dan karakteristik objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara berbicara langsung dengan narasumber untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian akun TikTok @rahmatalfatiih, wawancara dapat dilakukan dengan menghubungi pemilik akun dan meminta izin untuk

melakukan wawancara terkait dengan konten dakwah yang diunggah di akun tersebut.

Wawancara dapat dilakukan dalam bentuk wawancara secara *online*. Wawancara secara *online* memungkinkan peneliti untuk mencapai narasumber yang berada jauh dari lokasi penelitian. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang penting yang berhubungan dengan penelitian akun TikTok @rahmatalfatiih karena dapat memberikan informasi yang mendalam dan rinci tentang pemikiran dan pengalaman narasumber terkait dengan konten dakwah yang diunggah di akun tersebut.

c. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan informasi dari dokumen atau sumber data yang telah ada sebelumnya. Dalam penelitian akun TikTok @rahmatalfatiih, studi dokumentasi dapat dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti media massa, situs web, atau dokumen lainnya yang terkait dengan akun tersebut. Dokumen yang dapat dijadikan sumber data adalah deskripsi profil akun, keterangan pada setiap video yang diunggah, jumlah pengikut, jumlah *like*, jumlah *viewer*, dan interaksi yang terjadi pada setiap video.

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang relatif mudah dan murah karena tidak memerlukan biaya untuk mengumpulkan data primer baru. Selain itu, data yang diperoleh melalui studi dokumentasi biasanya

lengkap dan terstruktur, sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan analisis dan interpretasi data.

Namun, studi dokumentasi juga memiliki kelemahan, yaitu sumber data yang diperoleh dapat memiliki bias atau tidak lengkap. Selain itu, terdapat juga kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pengumpulan dan interpretasi data yang diperoleh dari sumber dokumen.

Oleh karena itu, peneliti perlu memperhatikan kelemahan dan kelebihan dari studi dokumentasi dalam penelitian akun TikTok @rahmatalfatih dan memastikan bahwa sumber data yang digunakan relevan, akurat, dan tidak terpengaruh oleh bias yang dapat memengaruhi hasil penelitian.

6. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data triangulasi sumber. Teknik ini mengacu pada penggunaan berbagai sumber data dan metode pengumpulan data untuk menguji keabsahan dan keandalan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, triangulasi dapat dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti video, komentar, dan profil akun. Data yang dikumpulkan kemudian dapat diuji keabsahannya dengan membandingkan hasilnya dari sumber-sumber yang berbeda. Dalam hal ini, peneliti dapat memastikan bahwa hasil yang ditemukan berasal dari sumber data yang berbeda dan tidak terpengaruh oleh faktor yang sama. Selain itu, penggunaan triangulasi juga dapat membantu mengurangi bias peneliti dan memperkuat kepercayaan pada hasil penelitian.

7. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis data interaktif Miles dan Huberman (1984). Analisis data interaktif Miles dan Huberman adalah salah satu metode analisis data kualitatif yang digunakan dalam penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memproses dan mengorganisir data yang telah dikumpulkan dengan cara yang sistematis dan terstruktur.

Dalam penelitian akun TikTok @rahmatalfatih, analisis data interaktif Miles dan Huberman dapat digunakan untuk memproses dan menganalisis data yang telah dikumpulkan. Metode ini melibatkan beberapa langkah, seperti reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Langkah pertama dalam analisis data interaktif Miles dan Huberman adalah reduksi data. Reduksi data dilakukan dengan cara memilah dan memilih data yang relevan dan signifikan untuk penelitian. Selanjutnya, data tersebut disederhanakan dan dibuat dalam bentuk yang lebih terstruktur dan mudah dimengerti.

Langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data dilakukan dengan cara memvisualisasikan data dalam bentuk grafik, tabel, atau diagram untuk memudahkan pemahaman dan analisis. Dalam penyajian data, peneliti dapat menggunakan teknik seperti pemetaan konsep atau coding untuk mengkategorikan data.

Langkah terakhir adalah verifikasi data. Verifikasi data dilakukan dengan cara memastikan bahwa data yang telah dikumpulkan telah dianalisis dengan benar dan hasil analisis tersebut dapat dipercaya. Verifikasi data juga melibatkan proses pengecekan ulang dan konfirmasi terhadap temuan yang telah diperoleh.

Dengan menggunakan analisis data interaktif Miles dan Huberman, peneliti dapat menghasilkan temuan yang lebih sistematis dan terstruktur dari data yang telah dikumpulkan. Metode ini juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang topik penelitian, sehingga dapat membantu mengembangkan konsep-konsep yang lebih spesifik dan terperinci.

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 Rahmat Al Fatih 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.