

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah memiliki peran sentral untuk mendakwahkan ajaran Islam kepada masyarakat, yang kini dikerjakan melalui berbagai media, termasuk media sosial. Menurut tokoh Syekh Ali Makhfud dakwah mendorong orang untuk melakukan kebajikan dan melawan kejahatan, dan mendorong mereka untuk menganut agama Islam supaya meraih kebahagiaan dalam kehidupan di dunia dan di akhirat.¹ Dalam dunia dakwah turut memberikan manfaat bagi para pemeluknya menjadi lebih baik terhadap tingkah laku mereka. Dalam dunia dakwah, orang diminta agar dapat berada di jalur kebenaran, yakni selalu mengikuti petunjuk Allah SWT. Mereka juga diminta pun juga diminta agar patuh dan taat pada aturan kepada Allah SWT serta menghindari hal-hal yang tidak diperbolehkan. Lebih dari itu, hal tersebut juga mencakup melarang umat Islam agar menghindari perbuatan dari semua hal jahat dan mengajarkan mereka semua hal baik. Perbuatan atau upaya manusia untuk mengajak orang lain disebut dakwah.

Aktivitas dakwah senantiasa berubah seiring berjalannya waktu karena mereka harus dapat menyesuaikan diri dengan kondisi yang berubah.² Pada dasarnya, setiap muslim harus melakukan kegiatan dakwah berdasarkan potensi yang dimiliki oleh mereka. Akan tetapi, jangkauan dakwah yang sempurna dan menyeluruh meliputi kesadaran maka setiap jenis penyampaian ajaran agama, harus dikerjakan baik secara individu maupun kelompok memiliki pemahaman yang diamati dalam beberapa aspek, seperti materi dakwah, alat penyampaiannya, pendekatan yang sering digunakan, serta arah tujuan dalam melakukan dakwah. Dalam penyampaian dakwah saat ini bukan sekadar disampaikan dengan lisan; itu juga didukung oleh media penyampaian pesan modern, yakni alat komunikasi berbentuk digital dan media berbasis kertas. Meskipun setiap perkataan manusia

¹ M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), hal 75.

² M. Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral* (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2002), hal 11.

hanya mampu menjangkau dalam batas tertentu, jangkauannya luas serta tidak dibatasi oleh waktu atau tempat ketika tutur kata diatur dengan seimbang ketika media massa digunakan (Hakiki, 2016).

Sebagaimana kita pahami sebelumnya, dakwah telah ada sejak masa Nabi Muhammad SAW, ketika Para Nabi dan Rasul dikirim oleh Allah SWT dengan tujuan untuk membimbing untuk mengikuti ajaran Islam bagi umat manusia. Dakwah pada saat ini berpindah tempat akibat kondisi media massa yang masih terbatas disebabkan oleh kondisi teknologi saat itu masih berkembang. Memang benar, pada zaman dahulu dakwah tidak bergantung kepada dukungan masyarakat dan diam- diam. Solusi pertama adalah dengan mengenal teknologi informasi modern.

Sebagai sarana komunikasi dan informasi, dai'i terlebih dahulu mengandalkan media massa. Media massa mengacu pada benda atau peralatan buat menjelaskan sumber informasi seperti rekaman video, film, buku serta materi pendidikan lainnya. Ada lagi yang disebut dengan alat bantu dakwah yang berfungsi untuk menjelaskan materi dakwah (pendidikan Islam) ditujukan kepada audiens dakwah dalam rangka menjelaskan ajaran agama Islam untuk masyarakat umum. Dalam berdakwah dapat dilakukan melalui aneka macam sarana. Beberapa bentuk dakwah yang ditawarkan Hamzah Yakub antara lain ucapan, karya tulis, audiovisual, dan perilaku terpuji. Dengan cara ringkas alat komunikasi dakwah adalah beragam sarana yang dilakukan untuk memberikan risalah da'i yang menyampaikan kepada masyarakat umum.

Proses penyampaian pesan Islam merupakan suatu interaksi komunikasi formal yakni secara tegas didasari oleh inovasi dan gagasan pertukaran informasi secara tertulis yang kini lebih canggih dan efisien, yang mengandung makna perubahan evolusi menuju tingkat yang lebih baik. Fakta tersebut mendukung gagasan mengharuskan dakwah untuk disampaikan melalui jenis komunikasi surat yang sesuai kebutuhan untuk berbagai jenis audiens. Perkembangan selanjutnya

dikaitkan dengan perkembangan sains dan teknologi, yaitu media massa yang berfungsi sebagai alat penghubung antar manusia di negara lain.³

Meski media sosial mempunyai banyak manfaat, namun bukan berarti media sosial tidak mempunyai dampak buruk. Hal ini menjadi kekhawatiran bagi pengguna media sosial, baik mereka menggunakannya secara bertanggung jawab atau tidak. Dakwah melalui mediasosial sudah banyak dilakukan oleh dakwahi. Supaya dakwah dapat berkontribusi terhadap perkembangan zaman. Sebagai peringatan kepada manusia, kegiatan dakwah yang dilakukan saat ini juga dimaksudkan untuk menumbuhkan kesejahteraan dan motivasi umat manusia.

Pada masa kemajuan zaman berbasis digital seperti media sosial, informasi muncul berperan sebagai perangkat komunikasi yang paling efisien, terutama buat menyebarkan petisi. TikTok, situs berbagi video pendek, menawarkan pendekatan baru dalam menyampaikan ajaran dan informasi agama kepada masyarakat umum, khususnya generasi muda. Ustadz Syam El Marusy, seorang tokoh dakwah ternama, menggunakan TikTok untuk berbagi pengalaman dakwahnya melalui metode yang menyenangkan dan gampang dimengerti.

Hadirnya media baru menjelaskan setiap metode agar dapat beroperasi sebagai sistem digital. Kini banyak sekali para pendakwah yang melakukan dakwahnya menggunakan platform digital berbasis teknologi informasi antar pengguna berbasis jaringan internet. Secara umum, media sosial merupakan platform teknologi berbasis internet yang berfungsi sebagai sarana untuk komunikasi bersama semua orang penting dan berfungsi agar peran strategis penyampaian informasi secara efisien. Dalam konteks perkembangan media massa, pendekatan dakwah pun mengalami tranformasi. Salah satu platform yang populer adalah TikTok. Bahkan anak muda kini banyak yang terhubung terhadap lokasi serta fungsionalitas jejaring media massa yang sangat berkembang. Kondisi tersebut memberikan indikasi adanya kecenderungan bahwa ketika masyarakat semakin berkembang, proses dakwah pada umumnya melibatkan penggunaan banyak sumber dan media digital yang berkembang seiring dengan kemajuan iptek, memberikan

³ Dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Iain Kendari, "KONSEP DASAR DAKWAH Aminudin" 9, no. 1 (n.d.): 3.

kontribusi terhadap pengaruh yang sangat baik terhadap jangkauan yang bermanfaat.

Namun, meskipun popularitasnya meningkat, masih terdapat pertanyaan mengenai efektivitas pesan dakwah yang disampaikan melalui platform ini. Beberapa aspek yang perlu dianalisis meliputi: Konten Pesan: Apa saja tema dan nilai-nilai yang diangkat oleh Ustadz Syam El Marusy dalam videonya. Jadi peneliti akan mengamati serta mengobservasi video-video yang ada di konten Tik Tok Ustadz Syam. Video yang perlu dianalisis tentang akidah, syariah, dan akhlak. Analisis ini penting untuk memahami dampak dakwah digital dalam konteks modern, serta untuk memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif sebagai penyampaian informasi dan pesan religius.

“Pemakaian internet sebagai perantara dalam melakukan dakwah telah menjadi bagian dari perkembangan dakwah modern.” Selain itu, penggunaan internet adalah inovasi luar biasa yang dapat mendukung peran para da’i dalam proses penyampaian dakwah dan penyebaran ajaran Islam ke generasi muda. Implementasi jaringan internet untuk doktrin dan ajaran Islam dan mengembangkan khazanah Islam dalam dakwah memiliki tantangannya sendiri. Kondisi tersebut menuntut para da’i agar dapat secara aktif memiliki kemampuan untuk berdakwah memiliki kemampuan untuk mendorong digitalisasi komunikasi dakwah melalui jaringan internet sebagai alat bantu komunikasi serta berfungsi sebagai strategi dalam penyebaran ajaran Islam. ⁴Menurut Hakiki (2016), menyatakan bahwa internet memiliki banyak kemungkinan sebagai upaya digunakan untuk melakukan dakwah, yang berarti bahwa orang-orang yang menganut agama Islam dituntut untuk adaptif terhadap perkembangan teknologi dan informasi dalam menghadapi tantangan zaman. Hal tersebut berpotensi dilakukan dengan menggunakan satu aspek penting dari platform sosial media, misalnya Tik tok.

Tik tok adalah media sosial tempat Anda dapat menggunakan video berdurasi minimal selama satu menit. Aplikasi ini merupakan hasil produk asli asal Tiongkok. Media tik tok merupakan salah satu bentuk aplikasi yang menawarkan

⁴ Wisnu Nugroho Aji, “Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa,” *Jurnal pendidikan dan Pembelajaran Bahasa* 9, no. 2 (2020): 79–85.

fasilitas layanan yang tidak hanya menarik, tetapi juga memiliki keunikan tersendiri. Pengguna dapat memaksimalkan fitur ini sebagai sarana dalam proses pembuatan video singkat yang disertai efek tertentu agar memukau lalu diposting melalui media sosial pribadi. Platform digital untuk interaksi sosial berbasis konten video pendek memiliki fitur dan menawarkan komponen yang fungsional mampu menarik minat khalayak umum. Kondisi tersebut juga dapat menginspirasi proses berpikir inovatif pengguna dan diakui sebagai pembuat konten. Melalui platform ini, proses pembuatan fasilitas audiovisual dapat dilakukan secara langsung oleh pemakai dalam jumlah besar. Bukan hanya mencakup lebih dari video seru, di platform tersebut pemakai juga dapat memfasilitasi rintangan yang disediakan oleh pihak lain. Perbedaan antara aplikasi ini dan aplikasi lainnya adalah TikTok memiliki efek khusus seperti gemetar dan menggigil yang digunakan dalam membuat video yang memiliki daya tarik tersendiri. Disisi lain, aplikasi tersebut diiringi dengan musik latar dari banyak seniman ternama bersumber dari kerajinan wilayah, serta fitur wajah yang bisa digunakan untuk mengkreasi pembuatan materi video termasuk berbagai motif wajah yang unik, antara lain lucu, seram, sedih, marah, dan jenis lainnya.

Hal ini menjadikan TikTok sebagai salah satu Aplikasi dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Di awal tahun 2018, terdapat sekitar 347 juta, pengguna Tik Tok, tahun 2019 terdapat 653 Juta, pada tahun 2020 terdapat sekitar 1,036 Miliar pengguna, tahun 2021 sekitar 1,047 Miliar, tahun 2022sekitar 1,720 Miliar, tahun 2023 terdapat 1,922 miliar, dan tahun 2024 mencapai 2,050 Miliar. TikTok memungkinkan penyebaran dakwah dengan cepat. Dengan algoritma yang mendukung konten viral, pesan dakwah dapat menjangkau banyak orang di berbagai belahan dunia. Hal ini memungkinkan dakwah untuk lebih inklusif, tidak terbatas pada jamaah masjid atau komunitas tertentu saja.

Menurut penulis, program ini bisa menghibur pengguna dan khalayak umum. Karena aplikasi tersebut dapat digunakan untuk menonton film di beranda mereka dari penjuru dunia. Media sosial, misalnya aplikasi jejaring sosial lainnya, memiliki kemampuan untuk membuat pengguna merasa terkenal dan biasa disebut sebagai Tik Tok atau Tik Tokers. Mereka terkenal karena berbagai macam konten

video yang mereka unggah yang unik, memperlihatkan karya mereka atau sekadar ingin menikmati hiburan sendiri beserta orang lain dengan isi yang menghibur.

Melalui aplikasi Tik Tok, dakwah semakin mudah dan dapat dipahami. Peluang dan kesempatan untuk melakukan dakwah di media sosial. Semua pengguna bisa menjadi konten kreator atau membuat konten video di tik tok karena kecanggihan dan kemudahan dalam penggunaannya. Mereka dengan mudah dan bebas menggunakan Tik Tok untuk menyebarkan ajaran agama Islam. Orang Indonesia sering menggunakan media sosial sebagai tempat untuk belajar, terutama belajar agama. Media sosial menawarkan berbagai kelebihan dalam hal interaksi dan koneksi secara daring, seperti kemudahan akses, kecepatan, kemampuan berinteraksi, daya tahan informasi yang lama, serta cakupan yang luas, sehingga menjadikannya lebih efektif dibandingkan media konvensional. Dengan demikian, pengguna memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain melalui pembuatan konten atau penyebaran informasi dapat diakses melalui media sosial atau media elektronik. Media Sosial memang menjadi alternatif untuk menyampaikan dakwah menggunakan media sebagai sarannya. Sesulit-sulit Media menuntut para da'i untuk terlibat dalam dunia media, dan media sosial adalah platform yang ideal untuk dakwah. paling efektif dan mudah dalam mengimbangi zaman.

Hal yang terpenting, penelitian ini mengkaji bagaimana dakwah yang disajikan melalui TikTok dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, khususnya khalayak yang lebih reseptif dan menghabiskan lebih banyak waktu di platform tersebut. Memahami cara Ustadz Syam menerangkan dakwah menggunakan media TikTok memungkinkan kita melihat seberapa efektif pesan-pesan dakwah tersebut dalam mempengaruhi pemahaman audiens terhadap agama, sikap, dan perilaku. Penelitian ini akan menggunakan analisis isi (content analysis) untuk mengkaji konten video dakwah Ustadz Syam El Marusy.

Berdasarkan penjelasan materi latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk Menyusun skripsi dengan judul : **“Analisis Pesan Dakwah Ustadz Syam El Marusy Melalui Media Tik Tok”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian ini membahas masalah berikut:

1. Bagaimana bentuk dakwah yang disampaikan Ustadz Syam melalui akun Tik Tok?
2. Bagaimana Isi Pesan dakwah Ustadz Syam melalui akun Tik Tok?
3. Bagaimana Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dakwah Ustadz Syam di Tik Tok?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti, sehingga penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis bentuk dan isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Syam melalui akun TikTok.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dakwah Ustadz Syam di TikTok.

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan hasil penelitian pada nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Secara teoritis :
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya Khazanah keilmuan dalam bidang komunikasi dakwah, khususnya terkait pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian teori tentang bagaimana dakwah disampaikan melalui media sosial, khususnya Tiktok yang memiliki karakteristik singkat, visual, dan cepat. Hal ini membantu memperluas teori komunikasi dakwah dari media konvensional ke media digital.

2. Secara praktis :

- a. Memberikan pemahaman kepada masyarakat atau pengguna media sosial mengenai pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Syam.
- b. Memberikan masukan dan rekomendasi terhadap penyampaian dakwah di media sosial agar lebih efektif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian mengenai Analisis pesan dakwah Ustadz Syam El marusy melalui media Tik Tok bukan hanya pertama kali, maka dari itu untuk menghindari kesamaan dalam penulisan, penulis sampaikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang menurut penulis bisa untuk dijadikan sebagai referensi, diantaranya sebagai berikut:

1. Skripsi (Hikmawati & Farida, 2021) melalui penelitiannya mengenai “Pemanfaatan Media Tiktok sebagai Media Dakwah bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang”.⁵ Hasil penelitian, yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif, menunjukkan bahwa beberapa dosen di IAIN Sunan Kalijogo Malang telah mengembangkan strategi pemanfaatan sosial media (Tiktok) untuk aktivitas dakwah. 5 Hal Ini menunjukkan bahwa amanat dapat diterima oleh semua orang, mulai dari yang muda hingga yang tua, karena konten Tiktok berisi berbagai nilai pengetahuan Islam yang ahlu sunnah wal Jama'ah gunakan sebagai inspirasi, pedoman, dan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Persamaan penelitian (Hikmawati & Farida, 2021) dengan peneliti adalah bahwa subjek penelitian adalah Tiktok, media sosial, sebagai alat untuk melakukan kajian dakwah. Namun, perbedaan terletak pada subjek penelitian (Hikmawati & Farida, 2021), yaitu dosen di IAI Sunan Kalijogo Malang. Namun, akun Tiktok @syam_elmarusy adalah subjek penelitian.

⁵ Dinda Rizky Hayati, “Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis,” *Skripsi*, 2021, 1–71, http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/11907%0Ahttp://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/1/SKRIPSI_DI

2. Evi (2021) mengamati tentang “Pesan Dakwah melalui Konten Tiktok (Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Tiktok @basyasman00)”.⁶ Analisis amanat dakwah dilakukan pada akun @basyasman00 menggunakan teknik analisis isi dalam penelitian kualitatif ini. Evi melihat apakah akun tersebut mengandung pesan aqidah, syariah, dan akhlaq. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten akun @basyasman00 mengandung pesan dakwah. Analisis Tiktok sebagai media dakwah adalah persamaan penelitian ini pada peneliti. Analisis yang digunakan Evi adalah analisis isi, sedangkan peneliti menggunakan analisis media siber.
3. Skripsi (Randani dkk., 2021) meneliti tentang “Strategi Pemanfaatan Media sosial sebagai Media Dakwah untuk Kaum Milenial”.⁷ Dalam Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif bersama dengan pendekatan deskriptif. Metode wawancara digunakan untuk melakukan studi mereka secara online (Randani dkk., 2021). dimana hasil wawancara disajikan dalam bentuk yang mudah dipahami. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi milenial memainkan peran yang signifikan dan penting dalam mengembangkan dakwah Islam. Agar materi dakwah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas, semua materi dakwah harus disebarluaskan melalui media yang sudah mapan. Selain itu, ada kekhawatiran tentang penggunaan media sosial, seperti bahwa pengguna harus memahami fiqh atau aturan Islam lainnya agar aplikasi Tiktok dapat memberikan dan menyebarkan manfaat tanpa efek negatif. Media sosial sebagai media dakwah adalah subjek penelitian ini dan milik peneliti.
4. Skripsi (Aurel Claudia Ghaezani, 2023) meneliti tentang “Pesan dakwah di Akun Instagram @hawaariyyun. Dalam penelitian ini menggunakan metode Analisis Isi Kualitatif (analisis isi terhadap postingan reels pada akun @hawariyyun) Pendekatan Kualitatif dan unit analisis postingan dakwah.

⁶ Amelia, R., Habe, M. J., & Afriansyah, A. (2021). PESAN DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DALAM KONTEN TIKTOK (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).

⁷ Dewi, S. S., S, B. A. M., & Muzaki, A. (2021). Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Milenial. KPI IAIN Kediri.

Temuan utama dalam penelitian ini diantaranya kategori pesan dakwah, antara lain: pesan moral(kepada Allah dan sesama manusia, pesan akidah dan pesan syariah. Dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa dakwah dilakukan dengan reels Instagram bersifat efektif menjangkau kalangan muda.

Peneliti dan tahun	Fokus penelitian	Metode	Subjek penelitian	Temuan utama	Research gap	Novelty
Hikmawati & Farida (2021)	Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah oleh dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang	Kualitatif (studi kasus)	Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang	TikTok efektif sebagai media dakwah, pesan diterima lintas usia, konten bernilai Islam Ahlus Sunnah wal Jama'ah	Belum meneliti akun spesifik; fokus hanya pada kelompok dosen	Penelitian ini menganalisis akun dakwah individu @syam_e Imarusy, bukan institusi
Evi (2021)	Pesan dakwah dalam konten TikTok @basyasman00	Kualitatif (analisis isi)	Akun TikTok @basyasman00	Konten mengandung pesan akidah, syariah, akhlak	Hanya analisis isi pesan, belum melihat dinamika media	menggunakan analisis isi Krippendorff, sehingga

					siber dan interaksi audiens	lebih luas dari sekadar isi pesan
Randani dkk. (2021)	Strategi pemanfaatan media sosial untuk dakwah milenial	Kualitatif (deskriptif, wawancara online)	Generasi milenial pengguna media sosial	Generasi milenial penting dalam dakwah, perlu pemahaman fiqh agar dakwah di medsos bermanfaat	Tidak fokus pada akun atau platform spesifik, masih umum tentang generasi milenial	fokus pada TikTok sebagai platform dengan studi kasus akun tertentu, memberikan gambaran lebih konkrit tentang praktik dakwah digital
Aurel Claudia Ghaezani, 2023	Pesan dakwah di akun Instagram @hawaariyyun	Analisis Isi Kualitatif	Postingan reels @hawaariyyun	Pesan dakwah terbagi ke dalam pesan moral, akidah/im	Terbatas pada Instagram sebagai platform; fokus hanya	Penelitian ini meneliti TikTok sebagai media dakwah

				an, dan hukum/syariah; Instagram reels efektif menjangkau anak muda	analisis isi reels, belum menyoroti TikTok dengan karakteristik konten berbeda (lebih singkat, algoritmik, interaktif)	dengan subjek @syam_e Imarusy, menggunakan pendekatan analisis isi Krippendorff yang tidak hanya melihat isi pesan tetapi juga dinamika interaksi audiens
--	--	--	--	---	--	---

Tabel 1.1 *Research GAP dan Novelty*

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini untuk mengetahui secara keseluruhan terhadap penelitian ini, dapat penulis lampirkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka dan Landasan Teori - membahas teori dakwah, metode dakwah, media sosial TikTok, serta teori komunikasi dakwah.

- BAB III :** Metodologi Penelitian,- mencakup jenis penelitian, Lokasi dan Waktu, teknik pengumpulan data dan Analisis Data
- BAB IV :** Hasil dan Pembahasan- Menjelaskan hasil temuan mengenai pesan dakwah Ustadz Syam di TikTok serta faktor pendukung dan faktor penghambat
- BAB V :** Penutup berisi kesimpulan dari penelitian dan saran yang kemudian diakhiri daftar Pustaka dan lampiran-lampiran.