

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia kini mengalami perubahan yang signifikan dalam cara berkomunikasi terkait dengan penggunaan media. Banyak sekali media yang dapat digunakan untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, seperti halnya media sosial yang saat ini dapat diakses melalui jaringan internet. Media sosial merupakan salah satu media komunikasi yang sangat banyak digunakan oleh khalayak mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa.¹ kebanyakan masyarakat sudah mulai terbiasa dengan beragam media sosial yang ada seperti, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Line dan Whatsapp.

Media sosial pula memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih

¹ Yunal Isra, dkk, *Bijak Dalam Penggunaan Media Sosial*, (Tangerang Selatan : Yayasan Pengkajian Hadis el-Bukhari, 2019), h. 12.

murah.² Dengan kemudahan tersebut membuat masyarakat selalu dapat mencari dan menerima semua berita yang dibutuhkan, mulai dari seperti peristiwa yang terjadi di sekitar, isu politik, budaya, ekonomi, sampai isu yang melibatkan ibadah dan keagamaan. Maka sebab itu media sosial menjadi salah satu media untuk berbagi informasi, berdiskusi, serta berdakwah.

Media sosial dapat dijadikan wadah atau sarana berdakwah masa kini bagi para da'i, ruang interaksi antara pendakwah dan pengikutnya (*followers*) memungkinkan adanya interaksi penyampaian pesan-pesan singkat yang tertuang dalam komentar dengan cara tersebut mereka selalu menunjukkan eksistensinya.

Dakwah menggunakan media sosial ini memudahkan dapat mempermudah seorang mad'u dalam mengakses informasi dakwah terbaru dimanapun dan kapanpun. Dakwah merupakan tugas yang diberikan kepada setiap muslim. Sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah Rasulullah SAW, kewajiban dakwah menyerukan, dan menyampaikan agama islam

² Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh...*, Vol 9 No. 1, 2016, h 142.

kepada masyarakat.³ Banyak cara yang digunakan oleh para pendakwah media sosial, mereka tidak hanya berdakwah *bil-kitabah* ataupun *bil-kalam* tapi juga menggunakan audio visual gambar, suara ataupun ceramah hal ini tergantung *passion* dan *trend* masa kini.

Salah satu media sosial yang lebih banyak digunakan oleh kalangan muda yaitu milenial dan generasi Z saat ini adalah media sosial TikTok. Diketahui pula bahwa jumlah pengguna aktif TikTok bulanan (*Monthly Active User/MAU*) TikTok pada bulan oktober 2020 tercatat mencapai 732 juta pengguna dan menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh pada tahun 2020 dengan total unduhan sebanyak 850 juta unduhan.⁴ Media sosial TikTok adalah aplikasi media sosial terbaru yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video menarik, berinteraksi dikolom komentar maupun chat pribadi.⁵ TikTok

³ Muchsin Effandi Faizah, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta : Kencana Pernada Media Group, 2006), h.5.

⁴ Yudha Pratomo, “Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terungkap” (Kompas.com, 19 April 2021), diakses pada tanggal 10 desember 2021, pukul 19.13 WIB.

⁵ Demmy Deriyanto, dan Fathul Qorib, *Presepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi TikTok*. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol. 7 No. 2, 2018, h 77.

tidak hanya dijadikan sebagai media hiburan saja melainkan TikTok juga dapat diolah menjadi media pembelajaran yang menarik dan interaktif serta dapat pula dijadikan sebagai media dakwah. Melihat berbagai fitur yang ada pada aplikasi TikTok, maka sangat dimungkinkan untuk didesain sebagai media dakwah. Dengan durasi 60 detik kreator dapat mengemas suatu konten dakwah dengan pembahasan yang menarik serta mudah dipahami.

Adapun aktivis dakwah yang memanfaatkan media sosial sebagai media berdakwah yaitu akun @basyaman00. Akun TikTok ini merupakan akun yang dikhususkan untuk berdakwah dengan cara mengupload video tentang ajaran islam, larangan dan fakta-fakta yang ada kemudian dikaitkan dengan syariat-syariat islam. Akun @basyaman00 dapat menyampaikan nilai dakwah secara efektif dan menarik bagi pengguna media sosial TikTok lainnya. dakwah yang dilakukan oleh akun @basyaman00 selain menggunakan media yang sedang digandrungi banyak kalangan ini, namun juga memiliki cara yang unik dan menarik pengguna TikTok yang ingin mengetahui ajaran islam. Beberapa video

yang telah diposting akun @basyaman00 menjadi bukti akun ini selalu mengunggah konten-konten tentang dakwah dan memiliki banyak respon dari *followersnya*.

Berdasarkan pada paparan di atas, maka penulis mencoba menelaah lebih dalam tentang pergerakan dakwah pada akun TikTok @basyaman00 dan mengangkat sebuah judul **“Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun TikTok @basyaman00)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok pembahasan yang akan diteliti ialah :

1. Bagaimana gaya penyampaian pesan dakwah yang digunakan akun @basyaman00 ?
2. Bagaimana respon *followers* terkait pesan dakwah yang disampaikan akun @basyaman00 ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai, adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan gaya penyampaian pesan dakwah yang digunakan akun@basyaman00
2. Untuk mengetahui respon *followers* terkait pesan dakwah yang disampaikan akun @basyaman00

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini, adalah :

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi akademik mengenai penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah. Peningkatan wawasan bagi semua pihak dalam bidang komunikasi dan penyiaran islam, bahwasannya dalam suatu media sosial TikTok pula mengandung unsur dakwah.

2. Secara Praktis

Memberikan informasi kepada khalayak umum bahwasannya, media sosial khususnya TikTok bisa digunakan untuk memposting hal-hal yang positif termasuk berdakwah, agar pengguna dapat lebih memanfaatkan media dengan baik dan bijak.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah pengetahuan serta membuka pola pikir mahasiswa dan masyarakat luas, bahwasannya tiap-tiap muslim dapat berperan aktif dalam pergerakan dakwah melalui media sosial khususnya TikTok, karena pada era digital ini berdakwah bukan hanya bisa dilakukan melalui mimbar saja melainkan bisa juga dilakukan media sosial yang ada.

E. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan, terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan judul penelitian yang penulis kaji. Diantara penelitian tersebut adalah sebagai berikut .

Pertama, Skripsi milik Darsam (2019), mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo dengan judul “Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @taubatters)”. Skripsi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam skripsi ini dijelaskan tentang akun instagram @taubatters mengenai konten dakwahnya yang memiliki pesan-

pesan dakwah dan tidak terlepas dari kerangka dasar yaitu aqidah, syariah, dan akhlak.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Darsam adalah aspek media yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan media internet, sedangkan perbedaannya yaitu Darsam meneliti akun instagram yang memproduksi dan mengemas pesan dakwahnya dalam bentuk desain grafis dan video film pendek, kemudian fokus penelitian yang akan ditulis peneliti yaitu meneliti akun TikTok yang menyampaikan pesan dakwahnya melalui video berdurasi 15 detik sampai 60 detik.

Kedua, Skripsi milik Yosieana Duli Deslima (2018), mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran dan Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manfaat instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung, penelitian yang dilakukan bersifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan sampel penelitian ditentukan secara

random sample, dimana peneliti memilih sampel dari populasi secara acak. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, angket, wawancara, dan dokumentasi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat diketahui bahwa dalam memanfaatkan instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung, instagram dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah jika digunakan dengan baik sesuai syariat islam.

Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian di atas dapat dilihat dari objek penelitian. Penelitian di atas adalah pemanfaatan instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung, sedangkan yang menjadi objek penelitian peneliti adalah aplikasi TikTok sebagai media dakwah.

Ketiga, Skripsi milik Taqdirul Alim Yanis (2019), mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul “Vidgram Sebagai Sarana Media Dakwah (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Pelangislam)”. Dalam penelitian ini

menghasilkan bahwa akun @pelangiislam menggunakan fitur vidgram untuk menyampaikan pesan dakwah dengan jenis video berdurasi 60 detik. Dan terkait materi yang di unggah dalam vidgram tersebut dikategorikan kedalam tiga bahasan yaitu Akidah, Akhlak, dan Syari'ah. Kemudian dalam penyampaian pesan dakwahnyapun memiliki kriteria tersendiri, yaitu lemah lembut dalam menyampaikan, mempermudah tidak mempersulit, memberikan kesadaran, tidak provokatif, serta memiliki penasaran yang kuat.

Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian di atas yaitu terletak pada objek penelitian. Penelitian di atas memiliki objek penelitian vidgram sebagai sarana media dakwah.

Keempat, Tesis milik Lina Muflihah (2020), mahasiswi jurusan Studi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Dakwah Muslim Milenial (Studi Kasus Dalam Akun Instagram @Surabayahijrah)”. Penelitian ini menjelaskan mengenai dakwah muslim milenial Surabaya sebagai *content creator* dalam akun @surabayahijrah. Peluang,

manfaat dan tantangan dalam dunia maya memngharuskan pegiat dakwah membuat strategi baru dalam berdakwah. Penggunaan media maya, khususnya media sosial, dalam berdakwah merupakan suatu bentuk integrasi sekaligus interkoneksi antara ajaran islam dengan teknologi komunikasi dan informasi. Penelitian ini berfokus pada strategi, pelaksanaan dan hasil dakwah yang dilakukan *conten creator* akun @surabayahijrah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pisau analisis teori komunikasi dakwah yang didampingi oleh teori analisis isi pesan, data-data dikumpulkan melalui proses analisis deskriptif dan ditulis secara naratif sesuai temuan penelitian.

Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini, pertama terdapat empat strategi utama yang digunakan *content creator* dalam akun @surabayahijrah, keempat strategi terkait ditemukan dalam pemilihan tema, penulisan *caption*, pemilihan foto dan penggunaan simbol. Kedua, pelaksanaan dakwah muslim milenial dalam akun @surabayahijrah meliputi tiga tahapan yaitu perencanaan, aksi dan evaluasi. Ketiga, hasil pelaksanaan dakwah

muslim milenial dalam akun @surabayahijrah adalah terciptanya dakwah kreatif melalui beragam konten.

Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian di atas terdapat pada fokus penelitian, yang menjadi objek penelitian peneliti adalah penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah sedangkan peneliti di atas meneliti pada dakwah muslim milenial pada aplikasi intagram.

Kelima, Skripsi milik Anggy Masyyta (2018), Mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Strategi Dakwah Islam Akun YouTube Ibnu The Jenggot Dalam Meningkatkan Kesadaran Nilai-Nilai Islam”. Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan analisis deskriptif yang menekankan kepada analisis data dan fakta yang ada dilapangan dengan berpedoman pada teori yang sesuai. teori dalam penelitian ini adalah teori manajemen strategis yang dikemukakan oleh Fred R. David, menurutnya dalam sebuah proses terdiri dari tiga tahapan

yaitu, tahap perencanaan, tahap implementasi, dan tahap evaluasi strategi.

Dan untuk hasil penelitian yang telah dianalisis maka dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah tahap perencanaan bagi Ibnu The Jenggot membentuk perumusan yang meliputi visi, misi juga metode dakwahnya. Pada implementasi, diterapkan tahapan untuk menarik penonton. Pada evaluasi akun Ibnu The Jenggot meninjau kembali strategi yang telah diterapkannya.

Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian di atas yaitu pada objek penelitian. Pada penelitian di atas yang menjadi objek penelitiannya strategi dakwah islam akun youtube Ibnu the jenggot, sedangkan objek penelitian yang diteliti oleh peneliti tentang aplikasi TikTok sebagai media dakwah.

Jadi penelitian yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi media sosial sebagai media dakwah sudah pernah dilakukan sebelumnya. Namun perbedaan pada penelitian ini peneliti akan mengamati bagaimana penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah dengan menjadikan salah satu akun

TikTok yaitu @basyaman00. Kemudian peneliti akan mengamati bagaimana cara akun @basyaman00 ini menyampaikan dakwahnya pada media sosial TikTok, serta seperti apa respon para *follower* dalam menanggapi adanya dakwah di TikTok.

F. Kerangka Pemikiran

1. Dakwah

a. Definisi Dakwah

Menurut Abdul Munir Mulkan mengemukakan bahwa dakwah adalah mengubah cara pandang umat dari suatu situasi ke situasi lain yang lebih baik dalam segala segi kehidupan dengan tujuan merealisasikan ajaran islam dalam kehidupan nyata sehari-hari, baik bagi kehidupan pribadi, keluarga, masyarakat, sebagai suatu keseluruhan tata kehidupan bersama.⁶

Di dalam al-Quran pula terdapat perintah yang menyuruh kepada kaum muslimin agar mendakwahi manusia ber-*sabilillah* di “jalan Allah”. Kemudian dalam ayat lain terdapat perintah agar sekelompok kaum muslimin bekerja mendakwahi manusia untuk

⁶ Tata Sukayat, Ilmu Dakwah : *Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah*, (Bandung : Simbiosis Rektama Media, 2015), h.7-9.

mau berbuat kebajikan, melakukan amar makruf dan nahi mungkar berupa “kontrol sosial”.⁷

b. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah adalah untuk memuat manusia yang memiliki kualitas aqidah, ibadah serta akhlak yang tinggi.

Drs. Bisri Affandi, MA mengatakan bahwa yang diharapkan oleh dakwah adalah terjadinya perubahan dalam diri manusia, baik kelakuan idiil atau aktuil, baik pribadi, maupun keluarga dan masyarakat, dapat merubah cara berpikrinya, serta merubah cara hidupnya menjadi lebih baik ditinjau dari segi kualitas. Yang dimaksud kualitas adalah nilai-nilai agama sedangkan kualitas adalah bahwa kebaikan yang bernilai agama itu semakin dimiliki banyak orang dan banyak dalam segala situasi dan kondisi.⁸

c. Metode-Metode Dakwah

Dalam al-Quran surat Al-Nahl ayat 125 metode dakwah dikategorikan kedalam tiga bagian, yaitu :

⁷ Kustadi Suhandang, Ilmu Dakwah : *Perspektif Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013) h.10.

⁸ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya : Pena Salsabila,2013), h.47.

- 1) *Bi al-Hikmah*, yaitu sebuah metode komunikasi dakwah yang bersifat persuasif yang bertumpu pada *human oriented* sehingga konsekuensi logisnya adalah pengakuan terhadap hak-hak yang bersifat demokratis agar fungsi dakwah yang bersifat informatif dapat diterima dengan baik.
- 2) *Maw'izah al-Hasanah*, adalah memberikan petunjuk-petunjuk kearah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima, berkenan dihati, lurus pikiran sehingga pihak yang menjadi objek dakwah dengan rela hati dan atas kesadarannya sendiri dapat mengikuti ajaran yang disampaikan.
- 3) *Mujadalah*, merupakan cara terakhir yang digunakan untuk berdakwah dengan orang-orang yang memiliki daya intelektualitas dan cara berpikir yang maju, seperti digunakan untuk berdakwah dengan ahli kitab.⁹

⁹ Tata Sukayat, Ilmu Dakwah...,2015,h. 31-32.

d. Media Dakwah

Media dakwah merupakan salah satu unsur dakwah yang vital dibutuhkan dalam berdakwah dan tidak bisa lepas dari unsur yang lain. Abdul Karim Zaidan membagi unsur-unsur dakwah ke dalam lima kelompok. Pertama objek dakwah atau materi yang disampaikan, kedua juru dakwah atau da'i, ketiga penerima dakwah atau mad'u, keempat metodik atau uslub, sedangkan yang kelima media atau wasilah.¹⁰ Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima golongan yaitu sebagai berikut :

- 1) Lisan merupakan media dakwah yang berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.
- 2) Tulisan media dakwah melalui tulisan, berupa buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, email, sms), sependuk dan lain-lain.
- 3) Lukisan media dakwah melalui gambar hasil seni lukis, foto, gambar, karikatur, dan sebagainya.

¹⁰ Abdul Karim Zaidan, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. (Jakarta : Media Dakwah,1983), h.17.

- 4) Audio Visual yaitu alat dakwah yang dapat berbentuk televisi, film, video, dan sebagainya.
- 5) Akhlak yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam yang dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u.¹¹

2. Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi media sosial yang sekarang sudah banyak menyebar luas di Indonesia khususnya dikalangan remaja masyarakat. Dalam penelitian menjelaskan bahwa aplikasi TikTok adalah aplikasi yang memberikan *special effects* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya.¹²

G. Metode Penelitian

Suatu penelitian bertujuan untuk memahami suatu permasalahan sehingga dapat dikembangkan kebenarannya, maka

¹¹ Hamzah Ya'qub. Punlisistik Islam : *Teknik Da'wah dan Leadership*. (Bandung : Diponegoro,1981) h.47.

¹² Devri Aprilian, dkk. *Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi TikTok Dengan Prilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama*. Ilmiah BK. Vol. 2 No. 3. 2019. h.226.

diperlukan metode dalam penelitian tersebut. Hal ini dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan mencapai hasil yang diharapkan.

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teknik analisis isi. Analisis isi merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui kecenderungan isi komunikasi.

Menurut Klaus Krippendorff analisis isi bukan hanya sekedar menjadikan isi pesan sebagai objeknya melainkan lebih dari itu terkait konsepsi-konsepsi yang lebih baru tentang gejala simbolik dalam dunia komunikasi.¹³ Digunakannya model penelitian kualitatif pada penelitian ini yaitu peneliti ingin mengetahui bagaimana gaya penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh akun TikTok @basyaman00 kemudian mendeskripsikannya.

¹³ Fried Isyana Putri, dkk. *Teknik-Teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube)*, Jurnal Ilmu Komunikasi, 2015. h. 4.

2. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang dimaksud pada penelitian ini adalah subjek darimana data diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder.

a. Sumber data primer

Sumber data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung dari postingan akun TikTok @basyaman00. Postingan pertama pada akun ini dibuat pada bulan Mei 2020, kemudian peneliti melakukan penelitian dimulai pada bulan Desember 2020, jadi peneliti menganalisis beberapa video pada setiap bulannya yang memiliki *viewers* terbanyak dari awal akun ini dibuat. Berikut ini adalah beberapa data Video TikTok akun @basyaman00, dengan berdasarkan *views* terbanyak setiap bulannya

TABEL 1.1
Konten Dengan View Terbanyak Setiap Bulannya

No.	Tanggal	Judul	View
1.	27 Mei 2020	Hukum Menikah Dengan Sepupu	2,6 Juta
2.	24 Juni 2020	Husnudzon Kepada Allah SWT	1,7 Juta

3.	9 Juli 2020	Teruntuk Para Muslimah	3,6 Juta
4.	07 Agustus 2020	Cara Menebus Dosa Zina	3,8 Juta
5.	11 September 2020	Non Muslim Bisa Masuk Surga tidak	11 Juta
6.	16 Oktober 2020	Doa Setelah Makan Penghapus Dosa	8,2 Juta
7.	16 November 2020	Masuk Surga Lewat Jalur Sahabat	2,1 Juta
8.	21 Desember 2020	Cara Menjawab Salam Non Muslim	4,2 Juta
9.	14 Januari 2021	Kematian Seorang Ulama	4,6 Juta
10.	17 Februari 2021	Hukum Mandi Bareng	6,1 Juta
11.	29 Maret 2021	Hati-Hati Skincare Bisa Membatalkan Puasa	5,6 Juta
12.	18 April 2021	Muslim Zaman Dulu	2,8 Juta

13.	24 Mei 2021	Apa Itu Anal Sex ?	4,8 Juta
14.	24 Juni 2021	Bulu Babi Haram Gak Sih ?	4,3 Juta
15.	11 Juli 2021	Surban Wanita ?	6,2 Juta

(Sumber :TikTok @basyaman00)

b. Sumber Data Sekunder

Jenis data sekunder merupakan data tambahan atau pelengkap yang sifatnya melengkapi data yang sudah ada, data yang mengutip sumber lain, sehingga tidak bersifat autentik karena sudah diperoleh dari tangan kedua.¹⁴ Untuk data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari buku-buku, jurnal dan majalah yang berkaitan.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi, observasi merupakan suatu proses yang sumbkompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.¹⁵ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi berupa analisis terhadap subyek penelitian

¹⁴ Nawawi Hadari, *Metode Bidang Penelitian Sosial*. (Jogjakarta : Gadjah Mada Universiti Pers, 1998) h 95.

¹⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2014) h 145.

yaitu postingan yang berisi video dakwah dan mengamati apa saja pesan dakwah yang terkandung pada akun @basyaman00 lalu mendeskripsikannya melalui tulisan.

b. Dokumentasi

Pada penelitian ini, peneliti mengambil postingan berupa video dari akun @basyaman00 yang mengandung unsur dakwah. Sumber data dalam penelitian ini adalah TikTok, yang berarti data terdokumentasi sehingga teknik yang perlu dilakukan adalah teknik dokumentasi.

Metode dokumentasi ini sebagai langkah dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data sesuai masalah yang diteliti yaitu dengan mendokumentasikan konten-konten yang dimuat dalam akun TikTok @basyaman00.

4. Analisis Data

Dalam analisis data ini Bogdan menyatakan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah difahami,

dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹⁶ Dalam penulisannya penulis menggunakan metode kualitatif yang artinya data diolah menjadi data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari individu ataupun perilaku yang diamati. Sedangkan metode analisis yang dipakai adalah metode analisis isi (*Analysis content*) yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif dan sistematis.¹⁷

Analisis data dibagi menjadi tiga tahap yaitu

a. Kodifikasi data. Dalam hal ini pengkodean data dilakukan dengan memberi nama terhadap hasil penelitian yang ada pada akun *@Basyasman00*. Data terlebih dahulu disesuaikan dengan batasan waktu penelitian dan dilakukan pemilahan gambar dari video yang kemudian disertakan kata-kata dari penjelasan video pada akun *@Basyasman00*.

b. Tahap penyajian data merupakan sebuah tahap menyajikan temuan analisis yang dikategorikan atau

¹⁶ Sugiyono, *Metodologi...*, 2014, h 244.

¹⁷ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 10.

dikelompokkan berdasarkan permasalahan yang diklasifikasi berupa gaya pesan dakwah dan respon *followers* pada video dakwah tiktok.

c. Tahap verifikasi merupakan tahap di mana penulis menarik kesimpulan dari hasil temuan data yang berasal dari pengkodean data akun *@Basyasman00* kemudian dilakukan pengecekan ulang untuk memastikan tidak adanya kesalahan.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan dalam menganalisa studi ini, penulis membuat sistematika penulisan yang isinya sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Dakwah dan Media TikTok bab ini membahas tentang media sosial, pengertian media sosial, dakwah, pengertian dakwah, konsep dakwah, tujuan dan fungsi dakwah, unsur-unsur dakwah, jenis-jenis media dakwah, dampak media dakwah,

bentuk-bentuk media dakwah, *TikTok*, pengertian aplikasi *TikTok*, sejarah aplikasi *TikTok*, faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *TikTok*, fitur fitur aplikasi *TikTok*, dan *TikTok* sebagai media dakwah.

BAB III Profil Akun TikTok @basyaman00 bab ini membahas terkait gambaran umum profil pemilik akun *TikTok* @basyaman00, gambar profil akun *TikTok* @basyaman00, dan tujuan dibuatnya akun @basyaman00.

BAB IV Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah bab ini membahas tentang hasil analisis yang telah peneliti teliti sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan yaitu, gaya penyampaian pesan dakwah yang digunakan pada akun TikTok @basyaman00 serta respon *followers* terkait dengan pesan dakwah yang disampaikan akun @basyaman00.

BAB V Penutup pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran-saran. Selanjutnya dibagian akhir berisi tentang daftar pustaka.