

**PEMANFAATAN MEDIA TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH
OLEH IKHWAN MUKHLIS**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri
Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)**

Oleh :

DINDA RIZKY HAYATI

NIM. 1717102009

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dinda Rizky Hayati

NIM : 1717102009

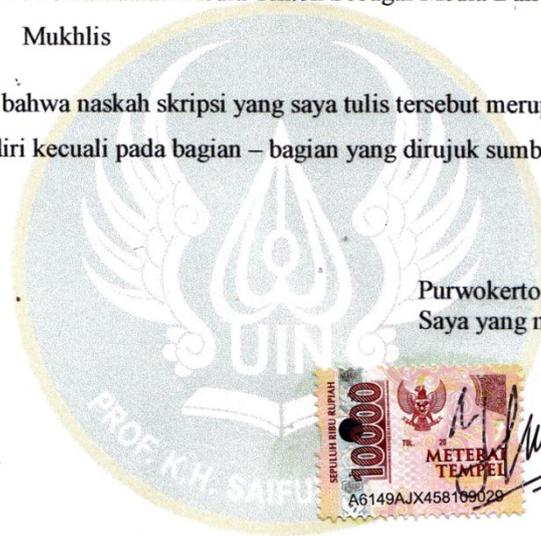
Jenjang : S1

Fakultas : Dakwah

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang saya tulis tersebut merupakan hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 12 Oktober 2021
Saya yang menyatakan,



Dinda Rizky Hayati
NIM. 1717102009



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul :

**PEMANFAATAN MEDIA TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH IKHWAN
MUKHLIS**

Yang disusun oleh Saudari : **Dinda Rizky Hayati**, NIM. **1717102009**. Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal : 25 Oktober 2021, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S. Sos)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing,

Prof. Dr. Abdul Basit, M. Ag
NIP. 196912191998031001

Sekretaris Sidang/Penguji II,

Asep Amaluddin M. Si
NIP. 198607172019031008

Penguji Utama,

Dr. Abdul Wachid B.S., S.S., M.Hum
NIP. 196610072000031002

Mengesahkan,
Tanggal, 25 Oktober 2021
Dekan



Prof. Dr. Abdul Basit, M. Ag
NIP. 196912191998031001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan perbaikan seperlunya terhadap penulisan skripsi dengan :

Nama : Dinda Rizky Hayati
NIM : 1717102009
Jenjang : S1
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Program Studi : Penyiaran Islam
Judul Skripsi : **Pemanfaatan Media Tiktok sebagai Media Dakwah oleh Ikhwan Mukhlis**

Saya menyatakan bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 12 Oktober 2021

Pembimbing,



Prof. Dr. Abdul Basit. M.Ag
NIP. 1969 1219 1998 031001

PEMANFAATAN MEDIA TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH IKHWAN MUKHLIS

Dinda Rizky Hayati
NIM. 1717102009

ABSTRAK

Dengan adanya kemajuan teknologi dan juga informasi, menciptakan aktivitas dakwah melalui media *online*, seperti media sosial. Berbagai macam jenis aplikasi dalam media sosial yang dimanfaatkan oleh pendakwah, salah satunya adalah aplikasi Tiktok. Ikhwan Mukhlis memanfaatkan Tiktok untuk membuat inovasi baru dalam berdakwah dengan nilai dakwah yang disampaikan secara sederhana, namun menarik. Kemasan konten dakwahnya yang dibuat pun menyesuaikan trend yang sedang viral. Gaya berdakwahnya sangat mudah diterima khalayak, karna tutur katanya yang sopan serta penyampaiannya yang halus dan lembut. Berbagai konten video dakwah dibuat untuk mengajak kebaikan dengan cara millennialnya menjadi daya tarik pengguna *TikTok* yang mayoritas adalah kalangan muda atau remaja yang sedang membutuhkan dakwah islam atau penanaman moral secara islami dan modern.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan Ikhwan Mukhlis memilih Tiktok sebagai media dakwah serta proses pembuatan konten dan penentuan tema dakwah yang akan disampaikan, dengan menggunakan analisis isi kualitatif dan model Miles dan Huberman. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode dokumentasi dan wawancara.

Hasil penelitian ini, alasan Ikhwan Mukhlis menggunakan media Tiktok sebagai media dakwahnya karena menurutnya lebih mudah sampai kepada target yang dituju dan diterima di kalangan remaja. Mengingat bahwa aplikasi Tiktok menjadi salah satu aplikasi favorite dan *booming* pada saat ini. Kegiatan dakwah di Tiktok yang dilakukan olehnya karena keresahannya terhadap hal-hal menyimpang yang terjadi di lingkungan sosialnya yang menjadi suatu kewajaran oleh generasi milenial. Selain itu Ikhwan Mukhlis juga termotivasi dari salah satu temannya yang bernama Husein Basyaban yang menjadi pendakwah terkenal di dunia Tiktok. Proses pembuatan konten Tiktok oleh Ikhwan Mukhlis pada dasarnya sama dengan proses produksi biasanya, yaitu : (1) Menyiapkan peralatan yang akan digunakan. Disini peralatan yang disiapkan oleh Ikhwan Mukhlis adalah kamera *handphone* dan pencahayaan; (2) Menentukan materi. Ikhwan Mukhlis juga mencantumkan sumber seperti ayat maupun hadis pada materinya; (3) Menyiapkan dan peringkasan materi; (4) produksi pembuatan video. Ikhwan Mukhlis melakukan *shooting* lebih sering di dalam kamar dengan pencahayaan tambahan; (5) Penyuntingan atau editing video. Dari hasil penelitian, Ikhwan melakukan penyuntingan atau edit video menggunakan aplikasi di *handphone* bernama Capcut, namun terkadang ia juga langsung *merocord* dan mengedit videonya dari aplikasi Tiktoknya; (6) Publikasi. Setelah selesai proses penyuntingan, video diupload dengan caption yang mendukung dan sesuai dengan konten atau materi dakwahnya. Penentuan materi atau tema dakwah yang akan dibawa oleh Ikhwan Mukhlis berdasarkan fenomena yang sedang terjadi atau viral, selain itu juga yang menurutnya suatu fenomena yang sekiranya perlu pembenaran, terutama hal-hal yang sudah melenceng jauh dari hukum islam yang menjadi suatu kewajaran di masa sekarang dengan bersumber kepada kitab yang digunakan sebagai referensi pembuatan materi, seperti kitab *Tadzkirotus sami' wal mutakallim*, *fiqh sulaiman ar-rasyid*, *Bulughul Mahram Ibnu Hajar*, dan *Aqidatul Awwam* serta referensi tokohnya adalah Al-Habib Ahmed Bafagih.

Kata Kunci : Dakwah, Media Sosial, Aplikasi Tiktok

UTILIZATION OF TIKTOK MEDIA AS PROSELYTIZING MEDIA BY IKHWAN MUKHLIS

Dinda Rizky Hayati
NIM. 1717102009

ABSTRACT

With the advancement of technology and information, creating da'wah activities through online media, such as social media. Various types of applications in social media are used by preachers, one of which is the Tiktok application. Ikhwan Mukhlis uses Tiktok to make new innovations in preaching with the value of da'wah delivered simply, but interestingly. Packaging of dawah content that is made also adjusts the trend that is viral. His preaching style is very easy to be accepted by the audience, because of his polite speech and smooth and gentle delivery. Various da'wah video content is made to invite kindness in a millennial way to attract TikTok users, the majority of whom are young people or teenagers who are in need of Islamic da'wah or islamic and modern moral cultivation.

This research aims to find out the reason Ikhwan Mukhlis chose TikTok as a proselytizing media as well as the process of content creation and determination of da'wah themes to be delivered, using qualitative approaches and analysis of R Hostly content. Data is collected using documentation and interview methods.

The results of this study, the reason Ikhwan Mukhlis uses Tiktok media as a medium of da'wah because he thinks it is easier to reach the intended target and accepted among teenagers. Considering that tiktok app is becoming one of the favorite and booming apps at this time. Da'wah activities in Tiktok are carried out by him because of his anxiety about deviant things that occur in his social environment which becomes a reasonable by the millennial generation. In addition, Ikhwan Mukhlis was also motivated by one of his friends named Husein Basyaban who became a famous preacher in the world of Tiktok. The process of creating Tiktok content by the Mukhlis Brotherhood is basically the same as the usual production process, namely: (1) Preparing the equipment to be used. Here the equipment prepared by the Mukhlis Brotherhood is a mobile phone camera and lighting; (2) Determine the material. The Mukhlis Brotherhood also lists sources such as verses and hadiths in their material; (3) Preparing and preparing materials; ; (4) Video production. Ikhwan Mukhlis shotting more often in the room with additional lighting; (5) Video editing or editing. From the results of the research, the Brotherhood edited or edited videos using an application on mobile phones called Capcut, but sometimes he also directly leaked and edited his videos from his Tiktok application; (6) Publication. After completing the editing process, the video is uploaded with captions that support and match the content or proselytizing material. Determination of the material or theme of da'wah that will be brought by the Mukhlis Brotherhood based on the phenomenon that is happening or viral, in addition to what he thinks is a phenomenon that if necessary justification, Especially things that have strayed far from Islamic law which becomes reasonable in the present by being sourced to books used as references for material making, such as the book Tadzkirotus sami'wal mutakallim, fiqh sulaiman ar-rashid, Bulughul Mahram Ibn Hajar, and Aqidatul Awwam and the reference of his character is Al-Habib Ahmed Bafagih.

Keywords: Da'wah, Social Media, Tiktok Application

MOTTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan,
menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang
yang beruntung.”*

(QS. Al – Imron :104)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas kehadiran Allah SWT dan Sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, peneliti persembahkan penelitian ini dengan segenap kerendahan hati teruntuk kedua orang tua yakni Bapak Nurhasan dan Ibu Sri Nurhayati, serta adik-adik tercinta yakni Dimas Aji Bilal Ar-Rosyid dan Safira Shofi Adhani yang selalu mendo'akan, mendukung, baik berupa materi maupun kasih sayang. Semoga kalian selalu dalam lindungan Allah dan diberi kerahmatan-Nya. Aamiin ya rabal'amin.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafa'atnya di hari kiamat kelak.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih peneliti haturkan kepada :

1. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag. selaku Rektor IAIN Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag, Dekan Fakultas Dakwah UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, koreksi serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Uus Uswatusolihah, M. A, Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
4. Agus Sriyanto, M.Si, pembimbing akademik yang telah memberikan banyak bimbingannya.
5. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Jurusan KPI yang telah memberikan ilmunya, semoga dapat bermanfaat.
6. Ikhwan Mukhlis yang telah memberikan izin serta membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Nurhasan dan Sri Nurhayati, orang tua serta Dimas Aji Bilal Ar-Rosyid dan Safira Shofi Adhani, adik tercinta yang telah memberikan do'a, kasih sayang, dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bagus Ramadhan yang selalu ada untuk memberikan semangat, do'a dan bantuan selama penyusunan skripsi.
9. Orang – orang terdekat penulis Ifah Mukhlisa, Arif Maulana, Jamalul Basor, Mia Endika Rahma, Febby Setiandini, Irham Hanif A, Puspa Hafsari, Novia N, Nurfaizi R, Ngaviatun Dwi A, Maya S, Oktaviana W.K, Imah M, M.Irfan A yang telah memberikan bantuan, dukungan dan semangat ketika lelah dan ingin menyerah untuk menyusun skripsi.

10. Teman – teman seperjuangan KPI A Angkatan 2017, yang telah memberikan semangat, dan banyak pelajaran yang bisa peneliti dapatkan.
11. Terimakasih untuk diri sendiri sudah bertahan sampai detik ini, terimakasih sudah melewati masa-masa yang sulit hingga dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi dengan baik.

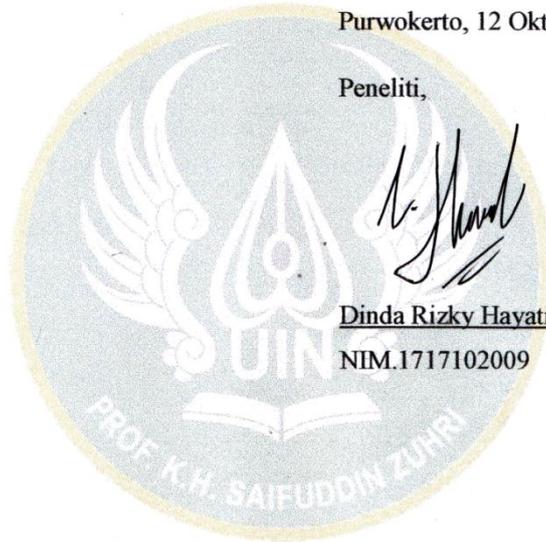
Dengan ini peneliti menyadari, bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti berharap terdapat kritik dan saran yang membangun. Harapannya semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca. Sekian dan terimakasih.

Purwokerto, 12 Oktober 2021

Peneliti,



Dinda Rizky Hayati
NIM.1717102009



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah.....	6
1. Tiktok.....	6
2. Media Dakwah.....	6
3. Ikhwan Mukhlis	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kajian Pustaka	8
G. Sistematika Penulisan	13
BAB II DAKWAH DAN MEDIA TIKTOK	
A. Teori Dakwah.....	14
1. Pengertian Dakwah	14
2. Landasan Hukum Dakwah.....	15
3. Unsur-Unsur Dakwah	16
B. Media Sosial.....	26
1. Pengertian Media Sosial	26
2. Sejarah Media Sosial.....	27
3. Klasifikasi Media Sosial	28
4. Etika Bermedia Sosial.....	29
C. Tiktok.....	32

1. Tiktok : Pengertian.....	32
2. Sejarah Tiktok.....	33
3. Fitur-Fitur pada Aplikasi Tiktok.....	34
4. Bentuk-Bentuk Konten dalam Tiktok.....	34
5. Mekanisme Pembuatan Tiktok	35
D. Tiktok sebagai Media Dakwah Islam	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
B. Sumber Data.....	38
C. Metode Pengumpulan Data.....	39
D. Metode Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	44
1. Profil Ikhwan Mukhlis	44
2. Sejarah Tiktok Ikhwan Mukhlis.....	44
3. Akun Tiktok Ikhwan Mukhlis.....	46
B. Pembahasan.....	54
1. Alasan Berdakwah di Tiktok	54
2. Proses Pembuatan Konten Tiktok.....	55
3. Cara Penentuan Tema Dakwah.....	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif
- Gambar 2 *Screenshot* profil akun Tiktok
- Gambar 3 *Screenshot viewers* konten dakwah Tiktok
- Gambar 4 *Screenshot* tanggapan Ikhwan Mukhlis terhadap komentar *followers* / netizen
- Gambar 5 *Screenshot* tanggapan Ikhwan Mukhlis terhadap komentar *followers* / netizen
- Gambar 6 *Screenshot* konten dakwah pelaku maksiat atau pendosa
- Gambar 7 *Screenshot* postingan dakwah
- Gambar 8 *Screenshot* analisis ringkasan Tiktok
- Gambar 9 *Screenshot* analisis pengikut
- Gambar 10 *Screenshot* analisis live Tiktok
- Gambar 11 *Screenshot* analisis live Tiktok



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang membawa ajaran untuk disampaikan kepada umat manusia. Hal ini sesuai dengan apa yang dinyatakan langsung oleh Al-Qur'an "*Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu dan jika kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu), berarti kamu tidak menyampaikan amanat-Nya...*" (Q.S. al-Maidah : 67). Islam membutuhkan sekali eksistensi dan peran dakwah. Dakwah adalah sarana *vital* bagi proses perkembangan dan kemajuan Islam, baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Bahkan, al-Faruqi menyatakan bahwa Islam tidak bisa menolak dakwah jika memiliki kekuatan intelektual. Oleh karena itu, dakwah adalah sebuah keseharusan bagi umat Islam. Apalagi, setelah Rasulullah wafat. Kewajiban dakwah menjadi keniscayaan dan doktrin ilahiah yang dinyatakan langsung di dalam Q.S al-Imran ayat 104 "*Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang – orang yang beruntung*".¹

Apabila ditelusuri perkembangan dakwah dan keilmuannya dengan berdasarkan informasi al-Qur'an, hal itu tentu tidak terlepas dari perkembangan dakwah pada era sebelum Rasulullah. Dakwah dilakukan sejak zaman Nabi Nuh a.s., dimana beliau mengajak kaumnya untuk mengesakan Allah dan beribadah kepada-Nya. Ajakan Nuh ini hanya diikuti sebagian kecil kaumnya, bahkan istri dan anaknya tidak ikut dalam ajakan tersebut. Aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Nabi Nuh, juga dilakukan oleh Rasul-Rasul sesudah Nabi Nuh yaitu Ibrahim, Musa, Isa hingga Rasul terakhir Nabi Muhammad Saw. (QS As-Syura: 13; QS Yusuf :108)²

Oleh sebab itu, seiring dengan panjangnya proses perkembangan dakwah membuat sejumlah ahli berijtihad tentang pendekatan dakwah yang akan dilakukan. Bagaimana Islam ditransformasikan dengan segala corak kebudayaan, karena

¹ Abdul Basit, Epistemologi Dakwah Fardiyah dalam perspektif Komunikasi Antar Pribadi, *KOMUNIKA : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Vol 1 No 1 Januari – Juni 2007 ISSN : 1978 1261*, (Purwokerto : STAIN Purwokerto, 2007), Hlm. 80 – 81, diambil dari [EPISTEMOLOGI DAKWAH FARDIYAH DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI | KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi \(jainpurwokerto.ac.id\)](http://www.epistemologi-dakwah-fardiyah-dalam-perspektif-komunikasi-antar-pribadi-komunika-jurnal-dakwah-dan-komunikasi-jainpurwokerto.ac.id) diakses pada 25 Juli 2021 pukul 12:51

² Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2017), Hlm 16

dinamika selalu berubah dan melahirkan problematika yang semakin kompleks. Proses dakwah pun dapat terjadi karena adanya interaksi antara sejumlah unsur, yang meliputi : da'i (komunikator), mad'u (komunikan), maddah (materi dakwah), washilah (media dakwah), thariqah (metode), logistik dan atsar (efek dakwah). Keberhasilan suatu kegiatan dakwah sangat ditentukan oleh hubungan yang terkait dengan unsur – unsur tersebut, terutama pada metode dan media dakwah yang digunakan. Berhubung saat ini zaman sudah mengalami banyak perubahan dan perkembangan, hal itu juga mempengaruhi para juru dakwah dalam menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat, salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi dan informasi.

Hal itu juga yang menjadi urgensi dalam penelitian ini, karna melihat majunya perkembangan teknologi yang memberikan manfaat seperti memberikan kemudahan dalam interaksi dan komunikasi pada aspek kehidupan manusia, serta memberikan dampak perubahan pada aspek kehidupan beragama, menjadi tantangan tersendiri bagi penyebaran dakwah islam. Maka, dengan kemajuan teknologi, para da'i harus bisa mengikuti perubahan pada metode dan media dakwah yang dilakukan. Salah satunya dengan memanfaatkan internet dan media sosial yang sangat memberikan pengaruh besar bagi khalayak dalam menerima informasi dakwah islam yang akan diberikan. Melalui internet, kita melakukan perpindahan dari dunia nyata ke dunia maya, dunia maya seakan – akan tampil begitu perkasa karena telah menghapus dimensi waktu, jarak dan tempat (*time, distance, place*)³

Keberadaan internet merupakan hasil kemajuan zaman yang dapat dimanfaatkan sebagai salah satu alternatif baru dalam menyampaikan dakwah dan dapat menciptakan komunikasi yang lebih baik di era saat ini. Perkembangan jaringan internet saat ini pun telah mampu menghadirkan berbagai macam konten teknologi media massa. Hal itu dapat ditemukan pada banyaknya aplikasi yang diluncurkan di *smartphone* yang digunakan. Dimana informasi dengan media *smartphone* sudah menjadi bagian penting dari pola hidup masyarakat. Seperti dari hasil penelitian, menyatakan bahwa negara – negara di Asia merupakan pengguna *smartphone* terbesar di dunia.⁴ Dengan demikian, *smartphone* menjadi bagian dari kebiasaan masyarakat

³ A.S Haris Sumadiria, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2014), hlm. 237

⁴ Ita Musfirowati Hanika, “ Fenomena Phubbing Di Era Milenia (Keterangan Seseorang Pada Smartphone Terhadap Lingkungannya), *Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no.1 (2015): 42 - 51

yang digunakan sebagai alat komunikasi ataupun sebagai alat maupun media yang ada di dalamnya untuk penyebaran dakwah islam.

Hubungan antara *Smartphone* dan internet saat ini menjadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan, khususnya pada generasi milenial yang dapat dikatakan sangat aktif berselancar di dunia maya. Bahkan media sosial kini seolah menjadi rumah kedua bagi pengguna *smartphone*. Media sosial mampu menghadirkan serta mentranslasikan cara berkomunikasi baru dengan teknologi yang sama sekali berbeda dari media tradisional. Berbagai media komunikasi dunia “*cyber*” ini membentuk jaringan komunikasi yang kaya tanpa batasan ruang dan waktu.⁵ Oleh sebab itu, para da’i di era ini memanfaatkan media sosial sebagai media penyebaran dakwah islam dengan menggunakan aplikasi – aplikasi yang ada.

Dengan banyaknya aplikasi media sosial yang berkembang dikalangan masyarakat luas. Maka, pada penelitian ini difokuskan pada satu media sosial yang sedang viral dan marak digunakan yaitu media Tiktok. *TikTok* adalah aplikasi di media sosial yang digunakan hampir oleh semua lapisan masyarakat. *TikTok* dikemas secara sederhana sehingga mudah bagi pengguna untuk menggunakannya. *TikTok* menyediakan *special effects* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dalam membuat video pendek. Aplikasi ini juga memiliki instrument pendukung seperti musik, sehingga pengguna dapat bebas menggunakan untuk mengekspresikan dirinya. Selain itu, hal yang menguntungkan dari penggunaan *TikTok* yaitu, interaksi melalui fitur *TikTok Live*, dimana fitur tersebut dapat menghasilkan rupiah jika syarat dan ketentuannya terverifikasi. Akhir – akhir ini aplikasi Tiktok mulai marak dengan video – video sejenis dance atau *challenges* tarian tertentu dengan musik – musik yang sedang viral. Hal itu menjadi daya tarik bagi pengguna untuk menginstall aplikasi ini dan berpartisipasi menjadi pengguna aktif dalam membuat trend video.

Dengan adanya fenomena ini, tentunya menjadi peluang sekaligus tantangan bagi para da’i dalam menyebarkan dakwah islam di media sosial. Oleh sebab itu, banyak da’i yang memanfaatkan trend Tiktok sebagai media dakwahnya, seperti yang dilakukan hijabers bernama Zahra Hashimee, mahasiswi ilmu komputer di University of Albany, New York. Akun Tiktoknya bernama @muslimthicc yang isi kontennya adalah diskusi terkait agama Islam, contohnya miskonsepsi Muslim hingga

⁵ Feri Sulianta, *Keajaiban Sosial Media*, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2015), Hlm. 6

tutorial hijab dan manfaat dari penggunaan hijab.⁶ Zahra memanfaatkan Tiktok untuk berdakwah dengan cara milenial dan konten dakwah yang ringan yang ditujukan kepada remaja masa kini.

Banyaknya pegiat dakwah yang bermunculan, mulai dari yang tua hingga da'i-da'i yang muda. Dengan adanya da'i-da'i muda inilah yang menarik banyaknya jumlah penonton serta komentar yang baik dari berbagai kalangan. Begitupula salah satu da'i yang menjadi fokus pada penelitian ini, yaitu Mukhammad Ikhwan Mukhlis. Pemuda kelahiran 1998 sekaligus seorang mahasiswa di Universitas Dr. Soetomo, Surabaya ini gemar membuat konten dakwah di media sosialnya. Selain itu, ia juga aktif di organisasi sosial dan tergabung dalam lembaga amal yang bernama "Aman Palestine". Aman Palestine adalah sebuah lembaga sosial dan kemanusiaan yang beroperasi akhir tahun 2004 dengan tujuan untuk membantu dan menyalurkan sumbangan serta menjaga kebajikan dan hak kemanusiaan rakyat Palestine. Ikhwan Mukhlis bergabung dengan Aman Palestine untuk mengajak followersnya agar berpartisipasi berbagi kebahagiaan dengan rakyat Palestine salah satunya dalam program "Ramadhan Bersama 5.0" dengan jumlah target penerima manfaat sebanyak 250.000 orang yang tersebar di Palestine, Syam dan Yaman. Selain mengikuti kegiatan – kegiatan sosial dan kemanusiaan, ia juga bekerja di bidang jasa transportasi. Dengan statusnya sebagai mahasiswa, pekerja, dan kesibukan pada kegiatannya, tidak menjadikannya sebagai alasan untuk tidak menyebarkan dakwah islam kepada masyarakat umum, khususnya kaum milenial yang juga sebagai pengguna aktif media sosial.

Konten dakwah yang dibuat oleh Ikhwan Mukhlis sebenarnya dapat dibilang konten yang sederhana, namun mampu menarik perhatian penontonnya. Hal itu dapat dilihat dari jumlah penonton yang dihasilkan dari setiap videonya. Kemasan kontennya dibuat menyesuaikan trend yang sedang viral dengan gaya milenialnya dan tutur katanya yang sopan serta penyampaiannya yang halus dan lembut. Dengan kontennya yang sederhana ini, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut apa yang dilakukan oleh Ikhwan Mukhlis dalam membuat konten dakwahnya.

⁶ Sholihatul Atik H, Luluk Farida, Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, P-ISSN : 2721-964X / E-ISSN : 2721-9631 Volume 2 Nomor 1 Januari 2021 : 4, (Malang : Rumah Jurnal Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, 2021), Hlm. 5-6, Diambil dari [View of PEMANFAATAN MEDIA TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI DOSEN IAI SUNAN KALIJOGO MALANG \(jaisk.jmalang.ac.id\)](http://jaisk.jmalang.ac.id) diakses tanggal 20 Februari 2021, pukul 16.17 WIB

Namun, dalam melakukan dakwah perlu kekuatan dan kemauan serta yang paling penting adalah keistiqomahan atau konsisten, karena dengan begitu dakwah yang disampaikan bisa terus bermanfaat dan dapat dijadikan contoh terus - menerus bagi penontonnya. Hal itu yang mungkin menjadi kelemahan pada akun ini, karena ketidak konsistennya dalam melakukan dakwahnya. Padahal Allah sendiri sudah berfirman dalam QS. Hud ayat ke-112 yang berbunyi, *“Maka tetaplah (istiqamahlah) kamu pada jalan yang benar, sebagaimana diperintahkan kepadamu dan (juga) orang yang telah taubat beserta kamu dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Dia Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”*

Kembali lagi pada fokus yang menjadi penelitian ini, maka yang akan dikaji lebih dalam adalah terkait sesuatu yang dilakukan oleh Ikhwan Mukhlis yang berhubungan dengan pembuatan konten dakwah di media sosial sehingga mendapatkan banyak penonton. Kemampuannya dalam berinovasi melakukan dakwah dilakukan untuk menjawab berbagai tantangan zaman, karena terkadang masyarakat merasa jenuh dan monoton dengan model dakwah konvensional seperti melalui mimbar. Terlebih lagi untuk generasi milenial harus dilakukan pendekatan dakwah dengan sesuatu hal yang menarik agar dilihat, didengar, diterima serta diamalkan.

Hal itu menjadi salah satu tanda besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh generasi milenial di dunia dakwah. Dengan adanya konten-konten dakwah yang semakin bermunculan menjadi perhatian yang baik serta banyaknya konten kreator yang terjun ke dunia dakwah islam bisa memperkaya pengetahuan mulai dari konten-konten seputar aqidah, akhlak, syariah, ataupun muamalah.

Peran sebagai generasi milenial dalam membuat konten dakwah dianggap penting di zaman sekarang. Karena, generasi ini dianggap sebagai pemain yang paham akan teknologi dan mampu menuangkan ide-ide yang kreatif serta inovatif. Sehingga, dengan ini diharapkan dakwah Islam mampu disebarluaskan sampai ke pelosok negeri.⁷

Merujuk pada latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan ingin mengetahui mengapa Tiktok yang menjadi pilihan media dakwah bagi Ikhwan Mukhlis, serta proses pembuatan konten dakwahnya dan

⁷Yulia Nafa F.R dkk, Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah untuk Kaum Milenial, *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab*, Vol.3, Nomor 1, Agustus-Januari,2021 ISSN : 2685-8924. E-ISSN : 2685-8681, (Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia, 2021), Hlm. 576, Diambil dari [STRATEGI PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH UNTUK KAUM MILENIAL | Randani | at-thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam \(uui.ac.id\)](#) diakses tanggal 26 Oktober 2021 pukul 15.45 WIB

caranya dalam menentukan tema dakwah. Yang mana dengan adanya penelitian ini, peneliti juga bermaksud ingin memberikan sebuah kontribusi untuk para pelaku produksi konten terutama konten dakwah ataupun untuk pembaca agar dapat dijadikan contoh dalam mensyiarkan Islam dengan cara milenial. Maka, peneliti mengangkat sebuah judul, **Pemanfaatan Media Tiktok sebagai Media Dakwah oleh Ikhwan Mukhlis** pada penelitian ini.

B. Penegasan Istilah

1. Tiktok

Tiktok itu sendiri adalah salah satu aplikasi media sosial yang sangat digemari millenials, generasi Z dan anak – anak kecil jaman now. Aplikasi ini memberikan *special effect* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek. Aplikasi ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian atau gaya bebas.⁸

Dalam aplikasi tiktok berbagai konten video dapat dibuat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, pengguna juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Pengguna dapat membuat berbagai video yang kreatif sesuai dengan ide nya. Tidak hanya video – video menarik, joget, *lipsync* dan lain – lain, pengguna juga dapat mengikuti tantangan – tantangan yang dibuat oleh pengguna lainnya. Biasanya hal itu diikuti dengan sesuatu yang sedang viral. Aplikasi tiktok juga merupakan salah satu aplikasi yang membuat penggunanya terhibur karena aplikasi ini bisa dikatakan adalah aplikasi penghibur. Namun, banyak juga konten – konten video yang disajikan dengan tujuan seperti personal branding, pemasaran suatu usaha, memberikan suatu informasi dan ilmu salah satu contohnya seperti konten – konten dakwah.

TikTok yang dimaksud oleh peneliti adalah aplikasi online yang dimanfaatkan oleh para da'i dalam berdakwah di era digital saat ini. Dengan segala fitur dan fasilitas di dalamnya dan mengikuti trend yang sedang viral sebagai pengemasan pada materi dakwah yang disampaikan di aplikasi ini.

⁸ Sholihatul Atik H, Luluk Farida, Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, P-ISSN : 2721-964X / E-ISSN : 2721-9631 Volume 2 Nomor 1 Januari 2021 : 4, (Malang : Rumah Jurnal Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, 2021), Hlm. 4, Diambil dari [View of PEMANFAATAN MEDIA TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI DOSEN IAI SUNAN KALIJOGO MALANG \(jaisk.jmalang.ac.id\)](http://jaisk.jmalang.ac.id) diakses tanggal 20 Febuari 2021, pukul 16.17 WIB

2. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan *maddah* dakwah (isi pesan dakwah) kepada mad'u. Menurut Asmuni Syukir, media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.⁹

Media dakwah yang dimaksud adalah alat yang menghubungkan pesan dari komunikasi yang disampaikan oleh seorang pendakwah, dalam hal ini yaitu pemilik akun TikTok kepada followersnya. Oleh sebab itu, dengan lahirnya media sosial seorang da'i memiliki banyak ruang untuk memperluas penyampaian pesan dakwahnya yang dikemas menyesuaikan trend yang sedang viral, agar lebih mudah diterima oleh pendengar atau followersnya.

3. Ikhwan Mukhlis

Ikhwan Muklis adalah pemilik akun tiktok @ikhwanmukhlis_ yang memanfaatkan aplikasi tiktok sebagai trend media dalam berdakwah dengan menggunakan video pendek, kajian (ceramah) ataupun sekedar *quotes* islami. Nilai dakwah yang disampaikan secara sopan, halus, tidak menggurui, sederhana, namun menarik. Konten dakwahnya pun disertai dengan dalil untuk menguatkan pesan yang disampaikan.

Adapun fokus kajiannya adalah alasan memilih TikTok sebagai media dakwah serta proses pembuatan konten dan penentuan tema dakwah yang akan disampaikan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan suatu masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Mengapa Mukhammad Ikhwan Mukhlis memilih media dakwah TikTok ?
2. Bagaimana proses pembuatan konten TikTok sebagai media dakwah islam pada akun @ikhwanmukhlis_
3. Bagaimana cara menentukan tema – tema dakwahnya ?

D. Tujuan Penelitian

Berikut akan dijelaskan terkait tujuan penelitian ini antara lain :

⁹ Asmuni Syukir, *M. Natsir Dakwah dan Pemikirannya*, (Jakarta : Gema Insani Press, 1999), Hlm. 61

1. Untuk mengetahui alasan penggunaan TikTok sebagai media dakwah islam.
2. Untuk mengetahui proses pembuatan konten TikTok sebagai media dakwah islam pada akun @ikhwanmukhlis_
3. Untuk mengetahui cara penentuan tema dakwah di aplikasi TikTok pada akun @ikhwanmukhlis_

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penulisan ini dapat dilihat dari 2 aspek, yaitu:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sebuah kontribusi untuk para pelaku produksi terutama konten – konten dakwah.
 - b. Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur – literatur kajian literasi produksi pembuatan konten dakwah melalui media sosial.
2. Secara Praktis
 - a. Penelitian ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata (S1) dalam Bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah UIN SAIZU Purwokerto.
 - b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran terkait berdakwah di media sosial dan cara memproduksi sebuah konten dakwah oleh Ikhwan Mukhlis melalui media sosial Tiktok.
 - c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta memberikan manfaat bagi praktisi produksi, terutama mahasiswa UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto jurusan Komunikasi Penyiaran Islam agar mampu memahami proses produksi yang terjadi dalam sebuah media, khususnya media sosial.
 - d. Penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi peneliti yang lain dibidang yang sama.

F. Kajian Pustaka

Berikut adalah kajian pustaka yang peneliti jadikan acuan dasar dalam menelaah permasalahan ini diantaranya yang dilakukan oleh :

1. Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida (2021) yang melakukan penelitian dengan judul “*Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen*”

IAI Sunan Kalijogo Malang “ penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif, deskriptif. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Tiktok memberikan banyak sekali manfaat sebagai media dakwah. Dalam memanfaatkan Tiktok sebagai media dakwah bagi dosen, terdapat 2 macam bentuk pemanfaatan, yaitu sebagai media komunikasi dan sebagai media dakwah. Kesimpulannya, Tiktok dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah, jika digunakan dengan baik sesuai syariat Islam. Secara keseluruhan dakwah di Tiktok merupakan dakwah milenial mampu menciptakan dakwah yang inovatif yang mampu menarik perhatian followers untuk membagikan ke media sosial yang mereka miliki.¹⁰ Persamaan dengan penelitian yang diteliti adalah terkait pemanfaatan media Tiktok yang digunakan sebagai media dakwah. Sedangkan perbedaannya pada tujuan penelitian, dimana pada penelitian milik Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida adalah untuk mengetahui manfaat dari penggunaan media Tiktok sebagai media dakwah bagi dosen IAI Sunan Kalijogo Malang, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah alasan memilih Tiktok sebagai media dakwah serta produksi konten dakwah seperti proses pembuatan kontennya dan penentuan tema dakwah yang akan disampaikan.

2. Susilowati (2018) melakukan penelitian dengan judul : “*Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @Bowo_allpennliebe)*” penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kualitatif dan menggunakan jenis pendekatan deskriptif. Penelitian ini ingin menjelaskan tentang bentuk personal branding Bowo Alpenliebe dengan memanfaatkan aplikasi Tiktok melalui akun intagram @bowo_allpennliebe. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa pembentukan personal branding harus didasari kenyataan dalam kehidupan dengan berbagai aktivitas positif yang memperkuat pembentukan personal branding, karena pencitraan berdasarkan hasil polesan semata tidak dapat mampu membentuk personal branding yang kuat karena personal branding bukanlah proses yang instant.¹¹ Persamaan dengan penelitian

¹⁰ Sholihatul Atik Hikmawati, Luluk Farida, Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam (Al-Ittishol)* P-ISSN : 2721-964X/E-ISSN : 2721-9631 Volume 2 Nomor 1 Januari 2021, (Malang : IAI Sunan Kalijogo Malang, 2021), abstrak, Diambil dari [View of PEMANFAATAN MEDIA TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI DOSEN IAI SUNAN KALIJOGO MALANG \(jaisk.jmalang.ac.id\)](http://jaisk.jmalang.ac.id) , diakses pada 21 Febuari 2021 pukul 20:18 WIB.

¹¹ Susilowati, Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @bowo_allpennliebe) , *Jurnal Komunikasi Volume 9 No 2 September 2018* P-ISSN 2086-6178 E-ISSN 2579-3292, (Jakarta : LPPM Universitas Bina Sarana Informatika, 2018), Hlm 184 diambil dari

yang diteliti adalah terkait pemanfaatan dari penggunaan media tiktok. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian, dimana pada penelitian milik Susilowati adalah untuk mengetahui manfaat Tiktok sebagai personal branding di Instagram yang dilakukan oleh Bowo Apenliebe, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah untuk mengetahui pemanfaatan tiktok seperti alasan memilih Tiktok yang digunakan sebagai media dakwah serta produksi konten dakwah seperti proses pembuatan kontennya dan penentuan tema dakwah yang akan disampaikan

3. Nuranisa (2020) penelitiannya berjudul *“Pemanfaatan Media Sosial Tiktok terhadap Promosi Kesehatan di Lingkup Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Palu”* yang meneliti tentang pemanfaatan media sosial Tiktok terhadap penyebaran informasi kesehatan dilingkup masyarakat Universitas Muhammadiyah Palu. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa manfaat dari promosi kesehatan yaitu dapat meningkatkan upaya kesehatan seseorang atau kelompok maka pemberian informasi melalui media sosial Tiktok dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman individu tentang pentingnya kesehatan. Maka secara tidak langsung media sosial Tiktok dapat membantu seseorang untuk meningkatkan derajat keehatan dengan cara pembuatan konten – konten kesehatan.¹² Untuk persamaannya dengan penelitian yang diteliti, yaitu sama-sama tentang pemanfaatan dari penggunaan media tiktok. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Nuranisa bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Tiktok terhadap penyebaran informasi kesehatan dilingkup fakultas kesehatan masyarakat Universitas Muhammadiyah Palu, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah untuk mengetahui pemanfaatan Tiktok dalam bidang dakwah, seperti alasan memilih media dakwah Tiktok, proses pembuatan kontennya dan penentuan tema dakwahnya.
4. Riska Amelia (2021) melakukan penelitan dengan judul *“Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten Tiktok”* yang membahas pesan dakwah dan analisis makna denotasi, konotasi dan mitos yang disampaikan oleh Husain Basyaiban

[Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram \(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe\) | Susilowati | Jurnal Komunikasi \(bsi.ac.id\)](#) diakses pada 26 Juli 2021 pukul 16:24 WIB

¹² Nuranisa, Pemanfaatan Media Sosial Tiktok terhadap Promosi Kesehatan di Lingkup Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Palu, *Skripsi Online*, (Palu : Universitas Muhammadiyah Palu, 2020), Hlm 7 diambil dari [NURANISA20200327-51203-vnjspg.pdf \(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net\)](#) diakses pada 26 Juli 2021 pukul 16 : 17 WIB

dengan kontennya yang bertema toleransi beragama. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa pesan dakwah yang terkandung dalam konten tiktok Husain Basyaiban mengenai toleransi beragama adalah saling menghormati antar umat beragama, berhati – hati dalam menjaga akidah, tidak berburuk sangka terhadap agama selain Islam. Dll. Untuk analisis makna denotasi, konotasi dan motos dalam konten Tiktok Husain Basyaiban menyimpulkan bahwa terdapat beberapa makna yang tertuang didalam video Husain tersebut, seperti ia menyampaikan dakwahnya dengan tegas dan beberapa kali menunjuk ke arah kamera dengan tangan kiri dan dengan tatapan melotot. Menggunakan tangan kiri di beberapa aktivitas dapat menimbulkan perspektif berbeda dari orang lain. Hal itu sangat berkaitan dengan nilai kesopanan. Namun di sisi lain ini menunjukkan suatu bentuk ketegasan Husain dalam menyampaikan dakwahnya kepada orang lain karena sebagian pengguna tiktok tidak menunjukkan sikap bertoleransi terhadap umat beragama lainnya.¹³ Persamaan dengan penelitian yang diteliti penulis adalah sama – sama meneliti media Tiktok yang dimanfaatkan sebagai media dakwah. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Riska Amelia adalah untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam konten Tiktok Husain Basyaiban serta makna denotasi, konotasi dan mitosnya, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah untuk mengetahui alasan memilih media dakwah Tiktok, proses pembuatan kontennya dan penentuan tema dakwah yang dilakukan oleh Ikhwan Mukhlis.

5. Togi Prima, Rezki Pratami dan Umaimah Wahid (2020) yang melakukan penelitian dengan judul “ *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Pencegahan Corona Covid-19* ” . Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa Tiktok sebagai media populer menjadi media yang cukup ideal dalam melakukan kampanye gerakan mencuci tangan yang di prakasai oleh WHO lewat hastag #safehands challenge, namun para pengguna lebih memilih video yang bertemakan profesional dibidangnya (semisal dokter dalam kasus ini) namun ringan dan tidak menggurui. Dari banyak video yang mengikuti #safehands challenge tidak semuanya berfokus dari pesan kampanye ini sendiri untuk memberitahukan gerakan tata cara creator hanya

¹³ Riska Amelia, Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten Tiktok, Skripsi *Online*, (Jambi : UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021), Hlm 71-73 diambil dari [PESAN DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DALAM KONTEN TIKTOK - Repository UIN JAMBI](#) diakses pada 26 Juli 2021 pukul 16 : 54 WIB

berfokus untuk mendapatkan lebih banyak suka dan followers.¹⁴ Persamaan dengan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian tentang pemanfaatan media Tiktok yang digunakan, dengan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Togi Prima dkk adalah untuk mengetahui pemanfaatan Tiktok dalam bidang kesehatan, penelitiannya dilakukan untuk mengetahui cara mensosialisasikan cuci tangan yang baik dan benar di masa pandemik covid 19 dengan adanya keterbatasan waktu dan larangan berkumpul dengan pemanfaatan aplikasi Tiktok. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah terkait pemanfaatan Tiktok dalam bidang agama yaitu dakwah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui alasan pemilihan media dakwah Tiktok, proses pembuatan kontennya dan penentuan tema dakwah yang dilakukan oleh Ikhwan Mukhlis.

6. Wisnu Nugroho Aji (2018) melakukan penelitian yang berjudul “*Aplikasi Tiktok sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*”. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa Aplikasi Tiktok bersama dengan penggunaan metode dan teknik yang tepat, dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran yang interaktif untuk pembelajarn bahasa dan sastra Indonesia. Dengan fiturnya yang beragam dan kemudahan dalam pengoperasian, maka pemanfaatan aplikasi Tiktok dapat diimplementasikan dalam pembelajaran Bahasa dan sastra Indonesia.¹⁵ Persamaan dengan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian tentang penggunaan dan pemanfaatan media Tiktok. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Wisnu Nugroho adalah untuk mengetahui pemanfaatan Tiktok sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah terkait pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah yang dilakukan oleh Ikhwan Mukhlis.

¹⁴ Togi Prima dkk, Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Pencegahan Corona Covid – 19, *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 5 No 2 Juni 2020* ISSN : 2614-4956, (Jakarta : Universitas Budi Luhur, 2020), Hlm. 79 diambil dari [View of PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIK TOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN DI INDONESIA UNTUK MENCEGAH COVID-19 \(univrab.ac.id\)](#) diakses pada 26 Juli 2021 pukul 17 : 08 WIB

¹⁵ Wisnu Nugroho Aji, *Aplikasi Tiktok sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia, PIBSI 40 UNIKAL 2018* ISBN : 978-602-6779-21-2, (Klaten : Unikal Press, 2018) Hlm. 438 diambil dari [APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA | PERTEMUAN ILMIAH BAHASA DAN SASTRA INDONESIA \(PIBSI\) \(unikal.ac.id\)](#) diakses pada 26 Juli 2021 pukul 17:29 WIB

G. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini untuk memudahkan peneliti dalam mengkaji sebuah persoalan dari bab ke bab. Sehingga, ini dapat menjadi sebuah acuan untuk merangkai pemikiran yang ada dalam penelitian ini. Peneliti membahas dalam lima bab dan masing – masing bab dibagi lagi atas beberapa sub hub, yaitu :

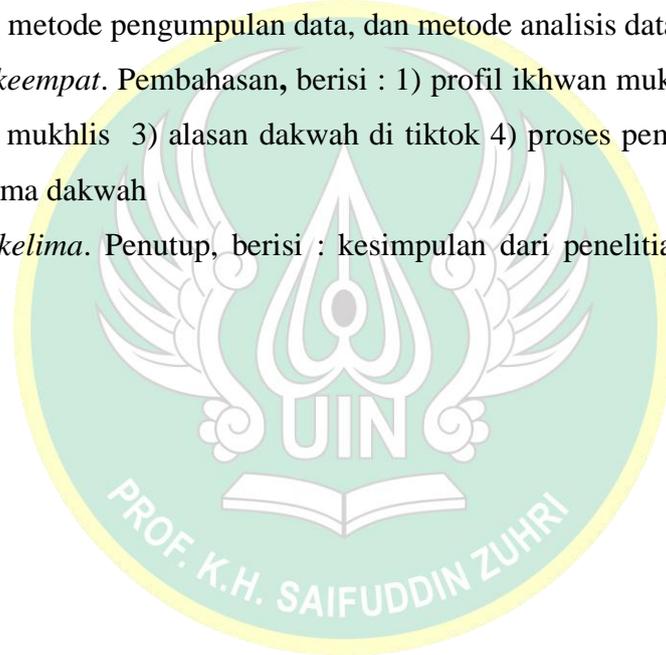
Bab *pertama*. Pendahuluan, berisi : latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab *kedua*. Landasan Teori, berisi : 1) teori dakwah, 2) media sosial, 3) tiktok, 4) mekanisme pembuatan tiktok, 5) tiktok sebagai media dakwah islam.

Bab *ketiga*. Metode Penelitian, berisi : pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab *keempat*. Pembahasan, berisi : 1) profil ikhwan mukhlis. 2) sejarah tiktok oleh ikhwan mukhlis 3) alasan dakwah di tiktok 4) proses pembuatan tiktok 5) cara penentuan tema dakwah

Bab *kelima*. Penutup, berisi : kesimpulan dari penelitian, saran – saran dan penutup.



BAB II

Dakwah dan Media Tiktok

A. Teori Dakwah

1) Pengertian Dakwah

Secara etimologis, kata dakwah berasal dari kata bahasa arab *da'a, yad'u, da'watan* yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, mengundang.¹⁶ Sedangkan pengertian dakwah secara terminologis, yaitu menyeru ataupun mengajak umat manusia agar menjalani kehidupan sesuai jalan Allah Swt. Hal itu dijelaskan dalam Q.S an-Nahl ayat 125 yang berbunyi “*Serulah oleh kalian (umat manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah, nasihat yang baik dan berdebatlah dengan mereka secara baik-baik*”.¹⁷

Adapun pengertian dakwah secara terminologis, para ulama berbeda pendapat dalam menentukan dan mengartikan dakwah, hal ini disebabkan oleh perbedaan mereka dalam memaknai dan memandang kalimat dakwah itu sendiri. Muhammad al-Khaydar Husayn dalam kitabnya *ad-Da'wat ila al-Ishlah* mengatakan bahwa dakwah berarti mengajak kepada kebaikan dan petunjuk, serta menyuruh kepada kebajikan (*ma'ruf*) dan melarang kepada kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat¹⁸.

Agama Islam yang dibawa oleh Rasulullah SAW merupakan agama dakwah, yaitu agama yang membawa ajaran-ajarannya untuk disyiarkan kepada umat manusia. Hal ini sesuai dengan ayat Al-Qur'an yang berbunyi “*Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu dan jika kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu), berarti kamu tidak menyampaikan amanat-Nya...(Q.S. al – Maidah : 67)*”. Dengan adanya konsekuensi logis dari keberadaan Islam sebagai agama dakwah, maka Islam sangat membutuhkan eksistensi dan peran dakwah. Dakwah dapat disebut sebagai sarana *vital* bagi proses perkembangan dan kemajuan Islam, baik pada masa sekarang maupun di

¹⁶ Muhammad Qadaruddin Abdulla, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan : Qiara Media, 2019), Hlm 2

¹⁷ Rifan Tri Yulianto, *Dakwah Digital : Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @EDHNX*, *Skripsi (Online)*, (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2020), Hlm. 14, Diambil dari [Rifan Tri Yulianto Dakwah DiXgital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @Edhnx.pdf \(iainpurwokerto.ac.id\)](https://iainpurwokerto.ac.id) , diakses pada 22 Febuari 2021 pukul 13:31 WIB

¹⁸ Faizah, Lalu Muchsin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta : Pranadamedia Group, 2018) Hlm 5 - 6

masa yang akan datang. Bahkan, al-Faruqi menyatakan bahwa Islam tidak bisa menolak dakwah jika memiliki kekuatan intelektual. Oleh sebab itu, dakwah menjadi sebuah keseharusan bagi umat Islam. Apalagi, setelah Rasulullah wafat. Kewajiban dakwah menjadi sebuah keniscayaan dan menjadi doktrin ilahiah yang dinyatakan langsung di dalam al-Qur'an surat al-Imran ayat 104 *“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang – orang yang beruntung”*.¹⁹

2) Landasan Hukum Dakwah

Setiap umat islam memiliki tanggung jawab sebagai juru dakwah. Sebagaimana perintah dakwah disebutkan didalam Al – Qur'an Surat Al – Imron Ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.”

Ayat tersebut secara tegas memerintahkan untuk berdakwah, sehingga ijma' ulama sepakat tentang kewajiban dakwah. Namun, hal itu menyebabkan perbedaan tentang kewajiban itu sendiri. Sebagian ulama berpendapat fardhu kifayah, dan sebagian yang lain fardhu'ain dengan syarat sesuai kadar kesanggupan masing – masing.

Dr. Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Al-Sheikh dalam tahqiqnya Lubaabut Tafsir Min Ibnu Katsiir menyebutkan Ibnu Katsir berpendapat bawah hukum dakwah adalah fardhu 'ain.²⁰ Ibnu Katsir menyebutkan

¹⁹ Abdul Basit, Epistemologi Dakwah Fardiyah dalam perspektif Komunikasi Antar Pribadi, *KOMUNIKA : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Vol 1 No 1 Januari – Juni 2007 ISSN : 1978 1261*, (Purwokerto : STAIN Purwokerto, 2007), Hlm. 80 – 81, diambil dari [EPISTEMOLOGI DAKWAH FARDIYAH DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI | KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi \(jainpurwokerto.ac.id\)](http://www.epistemologi-dakwah-fardiyah-dalam-perspektif-komunikasi-antar-pribadi-komunika-jurnal-dakwah-dan-komunikasi-jainpurwokerto.ac.id) diakses pada 25 Juli 2021 pukul 12:51

²⁰ Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Al-Sheikh, *Tafsir Ibnu Katsir, terj. M. Abdul Ghoffar E.M, vol. 2* (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004), Hlm. 108

bahwa maksud dari surah Ali Imran ayat 104 bahwa hendaklah ada segolongan dari umat yang siap memegang peran ini, meskipun hal itu merupakan kewajiban bagi setiap individu sesuai dengan kapasitasnya. Kemudian beliau membawakan hadis Rasulullah saw. yang diriwayatkan oleh Imam Muslim yang berbunyi:

عن أبي سعيد الخدري -رضي الله عنه- قال: سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول: من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان وفي رواية: ليس وراء ذلك من الإيمان حبة خردل

“ *Dari Abu Sa’id Al Khudry radhiallahu ‘anhu berkata: Saya mendengar Rasulullah saw. bersabda, “Barangsiapa di antara kalian yang melihat kemungkaran, maka hendaklah ia merubah dengan tangannya (kekuatannya), apabila ia tidak mampu (mencegah dengan tangannya) maka hendaklah ia merubah dengan lisannya, dan apabila (dengan lisan) ia juga tidak mampu maka hendaklah ia merubah dengan hatinya, dan yang demikian itu adalah selemah-lemahnya iman.”*²¹

Hadis tersebut memberikan perintah kepada umat Islam untuk mengadakan dakwah sesuai kemampuan mereka masing-masing. Apabila seorang muslim memiliki kekuasaan tertentu, maka dengan kekuasaannya itu ia diperintah untuk mengadakan dakwah. Jika seorang dai hanya mampu dengan lisannya, maka dengan lisan itu dia diperintahkan berdakwah, bahkan sampai diperintahkan untuk berdakwah dengan hati, seandainya dengan lisan pun ternyata tidak mampu.²²

Peneliti sendiri menyimpulkan dan berpendapat bahwa dakwah wajib bagi semua umat, karena setiap orang berkewajiban menyampaikan sebuah nasehat sekecil apapun dan hal tersebut merupakan bagian dari dakwah.

3) Unsur – Unsur Dakwah

Unsur – unsur dakwah adalah segala hal yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah, seperti subjek dakwah (da’i), objek dakwah (mad’u), materi dakwah (maddah), metode dakwah, media dakwah, dan efek (atsar).

²¹ Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Al-Sheikh, *Tafsir Ibnu Katsir, terj. M. Abdul Ghoffar E.M, vol. 2, Hlm. 108*

²² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), Hlm. 53

a) Subjek Dakwah (da'i)

Subjek dakwah atau da'i secara bahasa artinya orang yang melakukan dakwah. Secara istilah da'i artinya adalah setiap muslim yang berakal mukallaf (aqil baligh) dengan kewajiban dakwah.²³ Dalam ilmu komunikasi, da'i dapat disebut sebagai komunikator, yaitu orang yang menyampaikan pesan kepada orang lain.

Da'i merupakan salah satu unsur penting dalam proses dakwah. Sebagai pelaku maupun penggerak kegiatan dakwah, da'i juga menjadi salah satu faktor yg menentukan keberhasilan atau kegagalan misi dakwah. Pada dasarnya da'i adalah penyeru ke jalan Allah SWT, pengibar panji – panji Islam, dan pejuang yang mengupayakan terwujudnya system Islami dalam realita kehidupan umat manusia²⁴

Sebagai penyeru, da'i harus memiliki pemahaman yang luas tentang Islam sehingga dapat menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat dengan benar. Da'i pun harus mempunyai semangat dan *ghirah* keislaman yang tinggi sehingga timbul rasa kepedulian kepada manusia untuk menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, meskipun da'i harus menghadapi tantangan dan cobaan yang berat.²⁵

Setiap orang yang menjalankan kegiatan dakwah, hendaknya memiliki kepribadian yang baik, karna keberhasilan dan kesuksesan suatu dakwah sangat tergantung kepada pribadi dari pembawa dakwah itu sendiri. Klasifikasi kepribadian seorang da'i, yang bersifat rohaniah pada dasarnya mencakup masalah sifat, sikap dan kemampuan diri pribadi seorang da'i, dimana ketiga masalah ini sudah mencakup keseluruhan kepribadian yang harus dimilikinya, yaitu²⁶ :

(1) Iman dan takwa kepada Allah

Syarat kepribadian seorang da'i adalah iman dan takwa kepada Allah, oleh sebab itu dalam membawa misi dakwahnya diharuskan terlebih

²³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012), Hlm. 261

²⁴ Ismail, *Paradigma Dakwah Syiid Quthub*, (Jakarta : Pena Madani, 2006), Hlm 311

²⁵ Ismail, *Paradigma Dakwah Syiid Quthub*, (Jakarta : Pena Madani, 2006), Hlm. 311

²⁶ Pattaling. Problematika Dakwah dan Hubungannya dengan Unsur – Unsur Dakwah, *FARABI*, Vol 10 No 2, (Gorontalo : Farabi, 2013), Hlm 146-148 diambil dari [PROBLEMATIKA DAKWAH DAN HUBUNGANNYA DENGAN UNSUR-UNSUR DAKWAH | Farabi \(iaingorontalo.ac.id\)](http://PROBLEMATIKA_DAKWAH_DAN_HUBUNGANNYA_DENGAN_UNSUR-UNSUR_DAKWAH|Farabi(iaingorontalo.ac.id)) diakses pada 27 Juli 2021 pukul 17:32 WIB

dahulu dirinya dapat memerangi hawa nafsunya, sebelum memerintahkan atau mad'unya.

(2) Tulus ikhlas dan tidak mementingkan kepentingan pribadi

Niat yang tulus tanpa pamrih duniawiah belaka, salah satu syarat mutlak yang harus dimiliki oleh seorang da'i, karena dakwah merupakan pekerjaan yang bersifat hubungan dengan Allah, karena sifat inilah sangat menentukan keberhasilan dakwah.

(3) Ramah dan penuh pengertian

Dakwah adalah pekerjaan yang bersifat propoganda kepada orang lain, propoganda dapat diterima orang lain jika yang mempropogandakan berlaku ramah, sopan dan ringan tangan dalam melayani sasarannya (obyeknya).

(4) Tawadhu (rendah hati)

Rendah hati bukanlah semata – mata merasa dirinya rendah dibandingkan dengan derajat dan martabat orang lain, akan tetapi rendah hati seorang da'i berarti sopan dalam pergaulan, tidak sombong, dan tidak suka menghina dan mencela orang lain.

(5) Sederhana dan jujur

Kesederhanaan adalah merupakan pangkal keberhasilan dakwah. Sederhana bukan berarti di dalam kehidupan sehari – hari selalu ekonomis dalam memenuhi kebutuhannya. Akan tetapi sederhana yang dimaksud adalah tidak bermegah – megah, angkuh dan lain sebagainya. Sehingga dengan sifat sederhana ini orang tidak merasa segan dan takut kepadanya.

(6) Tidak memiliki sifat egoisme

Ego adalah suatu watak yang menonjolkan sifat sombong dalam pergaulan, merasa dirinya terhormat, lebih pandai dan sebagainya. Sifat inilah yang harus di jauhi oleh seorang da'i.

(7) Sifat antusiasme (semangat)

Semangat berjuang harus dimiliki oleh seorang da'i, karna dengan sifat antusias ini akan terhindar dari rasa putus asa, kecewa dan sebagainya. Sifat – sifat ini yang dimiliki oleh setiap Rasul ketika memperjuangkan agama Allah tanpa putus asa, meskipun terdapat berbagai cobaan, gangguan dan godaan yang menghalanginya.

(8) Sabar dan tawakkal

Dakwah adalah melaksanakan perintah Allah dan diwajibkan kepada seluruh umat. Allah sekali – kali tidak mewajibkan kepada umatnya selalu berhasil dalam perjuangan dakwahnya, oleh karena itu jika dalam melaksanakan dakwah mengalami beberapa hambatan dan cobaan, hendaklah sabar dan tawakkal kepada Allah. Sesungguhnya orang yang sabar dan tawakkal adalah perbuatan yang disukai Allah.

(9) Memiliki jiwa toleran

Yaitu penuh pengertian serta dalam hal yang positif, maksudnya menguntungkan bagi dirinya maupun orang lain.

(10) Sifat terbuka (demokratis)

Seorang da'i adalah manusia, dimana manusia adalah makhluk yang jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu seorang da'i diharuskan memiliki sifat terbuka agar dakwahnya berhasil.

b) Objek Dakwah (mad'u)

Secara bahasa kata mad'u artinya objek atau sasaran. Sedangkan secara istilah, mad'u adalah orang atau kelompok yang lazim dibuat jamaah yang sedang menuntut ajaran dari seseorang da'i.²⁷ Jadi, mad'u dapat diartikan objek atau sasaran yang menerima pesan dakwah dari seorang da'i, atau yang lebih dikenal dengan jama'ah.

Dalam menyampaikan dakwah harus ada yang diperhatikan tentang kondisi orang yang hendak diberikan pesan atau materi dakwah. Dari segi usia, status sosial, kondisi psikologis, dan tingkat pengetahuan mad'u dapat mempengaruhi daya tangkap pesan yang da'i sampaikan. Oleh sebab itu, seorang da'i diharapkan mempunyai kemampuan untuk mengetahui siapa yang akan menjadi sasaran dakwahnya. Sasaran dakwah tidak hanya diperuntukkan kepada umat manusia yang memeluk agama Islam saja, akan tetapi juga untuk yang belum mengenal Islam, terutama yang cenderung ingin belajar Islam lebih banyak dan mengenal Islam lebih dekat, tentang apa yang sesungguhnya terkandung dalam ajaran – ajaran Islam yang demikian

²⁷ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2012), Hlm. 279

mengagumkan dan mempersonakan orang – orang yang berilmu pengetahuan tinggi di dunia Barat.²⁸

Mad'u (objek dakwah) dilihat dari stratifikasi kelompok masyarakat berdasarkan letak geografis adalah sebagai berikut :

- (1) Masyarakat kota, yaitu : kehidupan masyarakat yang cenderung individualis kompetisi untuk meningkatkan status sosial yang sangat terasa sekali, sehingga nilai yang berkembang menjadi lebih materialis dan rasionalis. Pola pikir rasionalis adalah hal utama yang perlu diperhatikan oleh para juru dakwah yang disajikan dengan lebih menggunakan pendekatan rasional.
- (2) Masyarakat desa, yaitu : kehidupan masyarakat desa yang erat kaitannya dengan alam. Mengandalkan sesuatu dengan kekayaan alam sekitarnya dan membuat pola pikir yang cenderung lebih sederhana dibandingkan dengan masyarakat kota, sehingga berdakwah di hadapan masyarakat desa tidak perlu menggunakan ilmiah agar tidak menimbulkan kesalahpahaman karena tidak komunikatif.
- (3) Masyarakat primitif, yaitu : masyarakat yang tertinggal di segala bidang peradaban. Kebudayaannya masih asli dan sangat sederhana, maka dari itu kondisi seperti ini justru diperlukan para juru dakwah yang serba bisa. Dapat membimbing mereka langsung dalam kehidupan sehari – hari, sehingga dakwah yang lebih cocok adalah dakwah dengan pendekatan bil hal (perbuatan atau tingkah laku)²⁹

Jadi, objek dakwah adalah sasaran bagi aktivitas dakwah, yaitu individu atau perorangan maupun kelompok masyarakat dalam arti luas. Pengetahuan tentang mad'u pun perlu diketahui oleh setiap da'i sebelum melaksanakan aktivitas dakwah, karna pengetahuan ini sangat membantu dalam menentukan pendekatan dan metode dakwah. Da'i yang memiliki pengetahuan sempit tentang masyarakat yang akan menjadi obyek dakwahnya adalah calon – calon da'i yang akan mengalami kegagalan dalam dakwahnya.

²⁸ Muhammad Abd. Gani, *Cita Dasar dan Pola Perjuangan Sarikat Islam*, (Jakarta : Bulan Bintang, 1984), Hlm. 209

²⁹ Basrah Lubis, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta : CV.Turnisa,1993), Hlm.46-48

Pengetahuan terkait mad'u ini dapat diperoleh dengan penelitian secara formal atau secara informal atau secara literer, dan lebih – lebih secara empiris.³⁰

c) Materi Dakwah (maddah),

Materi dakwah atau maddah adalah isi suatu pesan atau materi yang disampaikan dai kepada mad'u. Maddah yang dimaksud adalah ajaran agama Islam yaitu Alquran dan hadis. Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat pokok yaitu³¹:

(1) Materi Aqidah

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah masalah aqidah. Aqidah inilah yang membentuk akhlak manusia. Oleh karna itu, materi aqidah dijadikan materi pertama dalam dakwah islam yang harus disampaikan kepada mad'u. Materi ini berisi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan masalah rukun iman yang wajib diyakini oleh setiap muslim.

(2) Materi Syariah

Materi syariah atau syariat adalah materi yang membahas terkait hukum yang ditetapkan oleh Allah untuk hamba-Nya. Hal itu bisa berupa ibadah (puasa, shalat, haji, zakat, dll. Yusuf Qardhawi mendefinisikan Syariat adalah apa saja ketentuan Allah yang dapat dibuktikan melalui dalil-dalil Al-Qur'an maupun sunnah atau juga melalui lainnya seperti ijma, qiyas dan lain sebagainya. Maka dapat disimpulkan bahwa syariat adalah hukum ataupun peraturan yang datang dari Allah swt., baik melalui Al-Qur'an, sunnah Nabi-Nya, atau ijma dan qiyas. Jika aturan itu tidak datang dari Allah swt, maka tidaklah disebut syariat.³² Materi dakwah yang menyajikan unsur syariah ini harus mampu menanggambarkan atau menginformasikan yang jelas di bidang hukum dalam bentuk status hukum seperti bersifat wajib, *mubbah* (dibolehkan), dianjurkan (*mandub*), *makhruh* (dianjurkan supaya tidak dilakukan), dan *haram* (dilarang).

³⁰ Hohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya : Pena Salsabila, 2013), Hlm.70

³¹ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), Hlm. 24-28

³² Gusfahmi, *Pajak Menurut Syari'ah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), Hlm. 16

(3) Materi Muamalah

Islam adalah agama yang menekankan urusan mu'amalah lebih besar daripada urusan ibadah. Ibadah dalam muamalah disini maksudnya sebagai ibadah yang mencakup hubungan kita dengan Allah dalam rangka pengabdian kepada Allah SWT. Contoh materi muamalah adalah jual beli, sewa menyewa, usaha perbankan, riba, dan lain-lain.

(4) Materi Akhlak

Kata akhlak berasal dari bahasa arab, jama' dari "khuluqun" yang berarti budi pekerti, perangai dan tingkah laku atau tabiat. Materi akhlak ini diorientasikan untuk dapat menentukan baik buruk, akal, dan kalbu melalui kebiasaan masyarakat. Karena ibadah dalam islam sangat erat hubungannya dengan akhlak. Penggunaan akal dan pembinaan akhlak mulia adalah ajaran islam. Akhlak adalah sebagai penyempurna. Karna, Rasulullah saw sendiri pernah bersabda :

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ

Artinya :

"Aku diutus oleh Allah ke dunia ini hanya untuk menyempurnakan akhlak yang baik."³³

d) Metode dakwah (thariqah).

Secara etimologi, metode berasal dari bahasa Yunani, yaitu "metodos" yang berarti cara atau jalan. Maka, metode berarti ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang cara – cara atau jalan yang di tempuh untuk mencapai suatu tujuan dengan hasil yang efektif dan efisien. Tidak semua metode cocok untuk setiap sasaran dakwah yang akan dipengaruhi.³⁴

Pedoman dasar atau prinsip penggunaan metode dakwah Islam sudah termaktub dalam Al-Qur'an dan Al-Hadis Rasulullah Saw. Dalam Al-Qur'an

³³ Ahmad bin Hanbal, *Mu'jam al-Mufahras li al-fazi al-hadis al-Nabawi, Juz I*, (Leden :Maktab Baril, 1936), Hlm. 194

³⁴ Farwah Quraisyiah, *Pemikiran Dakwah Habib Muhammad Rizieq Husein Shihab, MA, Skripsi Online*, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2014) Hlm. 19 diambil dari [Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Pemikiran Dakwah Habib Muhammad Rizieq Husein Syihab, Ma \(uinjkt.ac.id\)](http://Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Pemikiran Dakwah Habib Muhammad Rizieq Husein Syihab, Ma (uinjkt.ac.id)) diakses pada 27 Juli 2021 pukul 20:00 WIB

prinsip – prinsip dakwah disebutkan dalam surah al-Nahl : 125 yang artinya sebagai berikut :

“ Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik serta bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Yang lebih mengetahui orang – orang yang mendapat petunjuk”.

Dari ayat diatas secara garis besar ada tiga pokok metode (Thariqah) dakwah yaitu :

- (1) Hikmah, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi mad'u dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga didalam menyampaikan ajaran – ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.
- (2) Al-Mau'idzah al-hasanah, yaitu memberikan nasehat dengan bahasa yang baik. Maksudnya berdakwah dengan cara memberikan nasehat – nasehat yang baik dan memperingatkan kepada orang lain dengan bahasa yang baik yang dapat menggugah hatinya sehingga pendengar mau menerima nasehat tersebut.³⁵
- (3) Mujadalahah, yakni berdakwah dengan cara bertukar fikiran atau membantah dengan sebaik – baiknya dengan tidak memberikan tekanan – tekanan dan tidak pula dengan menjelekkkan orang yang menjadi sasaran dakwahnya.

Ketiga pokok metode (thariqah) dakwah diatas dapat diperinci lagi menjadi thariqah – thariqah dakwah yang lain yang secara luas telah dijelaskan dalam Al – Qur'an dan Hadist demikian juga teknik – teknik pelaksanaannya.

e) Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa latin *“median”*, yang merupakan bentuk jamak dari medium yang berarti alat perantara. Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah

³⁵ Masyur Amin, *Metode Dakwah Islam dan Beberapa Keputusan Pemerintah tentang Aktivitas Keagamaan*, (Yogyakarta : Sumbangih, 1980), Hlm. 34

alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.³⁶

Dengan banyaknya dan perkembangan media saat ini, seorang da'i harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwahnya. Dakwah yang menjadi bagian dari praktik komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menarik perhatian untuk dapat menerima dakwah tersebut. Berdasarkan banyaknya komunikasi yang menjadi sasaran dakwah, diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan nonmassa³⁷ Sedangkan jika dilihat dari segi penyampaian pesan dakwah, dibagi atas tiga golongan yaitu, *The spoken words* (berbentuk ucapan), *The printed writing* (berbentuk tulisan), *The audio visual* (berbentuk gambar hidup).³⁸

Media dakwah apabila ditinjau dari segi sifatnya terdiri dari media tradisional dan media modern. Media tradisional dapat berupa seni pertunjukan Islami yang secara tradisional dipentaskan di depan publik sebagai hiburan dan bersifat komunikatif. Kedua, media modern yaitu berdakwah dengan menggunakan teknologi komunikasi. Seperti berdakwah di televisi, radio, dan saat ini berkembang menjadi dakwah digital, melalui internet (media sosial, youtube, dan lainnya).³⁹

Oleh sebab itu, da'i dalam konteks dakwah di internet atau via dunia digital bukan hanya seseorang yang mempunyai pengetahuan agama dalam menyampaikan dakwahnya, akan tetapi yang memiliki kemampuan teknologi informasi dan komunikasi. Jadi, da'i tidak hanya seorang diri, melainkan sebuah kelompok dengan keahlian masing – masing.⁴⁰

³⁶ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*.....Hlm. 113

³⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung; Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm. 105-106

³⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), Hlm.121

³⁹ Mohammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), Hlm. 407

⁴⁰ Athik Hidayatul Ummah, *Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)*, *Skripsi (Online)*, (Mataram : Universitas Islam Negeri Mataram, 2020), Hlm. 61, Diambil dari [View of DAKWAH DIGITAL DAN GENERASI MILENIAL \(Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara\) \(uinmataram.ac.id\)](http://uinmataram.ac.id) , Diakses pada 22 Febuari 2021 pukul 13 : 52 WIB

Media dakwah yang perlu mendapat perhatian dalam melaksanakan aktivitas dakwah, sebagaimana yang telah dikemukakan oleh M. Bachri Ghazali, sebahagian dikutip Muhazzaab Said sebagai berikut⁴¹ :

- (1) Media visual, adalah alat komunikasi yang dapat digunakan dengan memanfaatkan indera penglihatan dalam menangkap datanya. Seperti film slide, dan komputer.
- (2) Media auditif, adalah alat-alat yang dapat dioperasionalkan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah. Seperti radio dan telepon.
- (3) Media audio visual, adalah perangkat komunikasi yang ditangkap baik melalui indra penglihatan. seperti televisi, video. (video – video konten yang terdapat di media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok dan platform lainnya, karena konten – konten tersebut dapat didengar dan dilihat)
- (4) Media cetak, adalah salah satu jenis media massa yang seharusnya menjadi media dalam berdakwah. Seperti surat kabar, majalah dan buku. Dengan melalui media ini berarti berdakwah melalui tulisan atau buah pikiran yang dituangkan oleh da'i.⁴²

f) Efek (atsar)

Dalam setiap kegiatan dakwah pasti akan menyebabkan reaksi. Artinya, apabila dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, wasilah dah thariqah tertentu, maka akan muncul respons dan efek (atsar) pada mad'u (penerima dakwah). Atsar (efek) sering disebut dengan *feedback* (umpan balik), proses dakwah ini jarang diingat atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan, maka selesailah dakwah. Padahal, atsar sangat penting dalam menentukan langkah – langkah dakwah selanjutnya. Tanpa menganalisis atsar dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis atsar dakwah secara cermat dan tepat, maka kesalahan

⁴¹ Darsam, Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @taubatters), *Skripsi (online)*, (Palopo : Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019), Hlm. 19, Diambil dari [DARSAM 15 0104 0007 2019 +.pdf \(iainpalopo.ac.id\)](https://iainpalopo.ac.id) , diakses pada 22 Febuari 2021 pukul 15 : 22 WIB

⁴² Muhazzab Said, *Efektivitas Dakwah di Lembaga Permasayarakatan*, (Palopo Sulawesi Selatan, Kampus(LPK), Cet 12013), Hlm.83

strategi dakwah dapat diminimalisir dan diatasi dengan penyempurnaan pada langkah – langkah berikutnya (*corrective action*). Demikian juga strategi dakwah termasuk di dalam penentuan unsur – unsur dakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan.⁴³

Evaluasi dan koreksi terhadap atsar dakwah harus dilaksanakan secara radikal dan komprehensif, artinya tidak secara parsial atau setengah – setengah. Seluruh komponen sistem (unsur-unsur) dakwah harus dievaluasi secara komprehensif. Para da'i harus mempunyai jiwa terbuka untuk melakukan inovasi, selain hanya bekerja dengan menggunakan ilmu. Jika proses evaluasi ini telah menghasilkan beberapa konklusi dan keputusan, maka dilanjutkan dengan tindakan korektif (*corrective action*). Jika proses ini dapat berjalan dengan baik, maka terciptalah suatu mekanisme perjuangan dalam bidang dakwah. Jalaluddin Rahmat menjelaskan bahwa efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Sedangkan efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola – pola tindakan, keiatan atau kebiasaan berperilaku.⁴⁴

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Social Media atau media sosial adalah sebuah media online yang mana penggunaanya dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan sesuatu seperti blog, *social network* atau jejaring sosial, forum, wiki, dan dunia virtual. Blog, *social network* dan wiki dapat dikatakan suatu bentuk media sosial yang paling *mainstream* digunakan oleh masyarakat di seluruh penjuru negeri. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun berdasarkan teknologi Web 2.0, dan ideologi yang mungkin melahirkan penciptaan dan pertukaran *user-generated*

⁴³ Muhammad Munir, Wahyu ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2006), Hlm 34 - 35

⁴⁴ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern, Sebuah Kerangka Teori dan Praktik Berpidato*, (Bandung : Akademika, 1982), Hlm. 269

content.⁴⁵ Media sosial dapat disimpulkan sebagai sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri dan melakukan interaksi, berbagi, bekerja sama, dan berkomunikasi dengan pengguna lain secara virtual. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberikan kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, dan berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

2. Sejarah Media Sosial

Media sosial bermula pada akhir abad ke-19. Pada awalnya itu adalah teknologi telegraf yang dikirimkan oleh Samuel Morse pada 1844. Namun, banyak orang berpendapat bahwa telegraf tidak bisa masuk dalam istilah media sosial karena tidak online. Sedangkan media sosial itu sendiri dianggap sebagai teknologi komunikasi yang berbasis internet. Karena itu, pertumbuhan internet pada 1970-an menjadi awal mula dari media sosial. 1978, media sosial pertama tercipta, bentuknya adalah Bulletin Board System (BBS), sebuah platform yang mengumumkan pertemuan dan berbagi informasi dengan mengunggahnya di BBS. Ini menjadi tonggak komunitas virtual pertama dalam sejarah. Lalu pada 1979 muncul UserNet membuat orang mulai menggunakan komunikasi virtual dari artikel, buletin atau newsgroup online. Tahun 1995, WWW mulai dimunculkan, masyarakat mulai ingin membuat situs web pribadi masing – masing.⁴⁶

Ketika tahun 2002, muncul media jejaring sosial bernama *Friendster*, yaitu aplikasi yang bertujuan untuk membangun relasi pertemanan dunia maya dengan cakupan yang luas, yaitu seluruh dunia. Setelah itu pada tahun 2003 sampai saat ini bermunculan berbagai sosial media dengan berbagai macam karakter dan kelebihan masing – masing, seperti MySpace, Facebook, LinkedIn, Wiser, Twitter, Google+, Tiktok dan lain sebagainya.

Media sosial saat ini berkembang menjadi sarana atau aktivitas digital marketing, seperti *Social Media Maintenance*, *Social Media Endorsement* dan

⁴⁵ Wilga Secsio, R.Nunung & Meilanny, Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja, *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol 3, No 1 ISSN : 2581-1126, (Bandung : Departemen Kesejahteraan Sosial, 2016), Hlm.50 diambil dari [PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA | Putri | Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat \(unpad.ac.id\)](https://doi.org/10.24127/PPKM.V3I1.12345) diakses pada 27 Juli 2021 pukul 22 : 44 WIB

⁴⁶ Fitria Halim, Sherly, Acai Sudirman, *Marketing dan Media Sosial*, (Bandung : Media Sains Indonesia, 2020), Hlm. 11 - 12

Social Media Activation. Dengan demikian, media sosial kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh *Digital Agency*.

3. Klasifikasi Media Sosial

Klasifikasi media sosial yang diuraikan oleh Kaplan dan Haenlein, terdiri dari 6 (enam) jenis, yaitu⁴⁷ :

- a. Proyek Kolaborasi, website memberikan izin penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun me-remove konten – konten yang ada di website ini. Contohnya Wikipedia
- b. Blog dan Microblog, pengguna lebih bebas untuk mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya Twitter
- c. Konten, para user dari pengguna website ini saling berbagi konten – konten media, baik seperti video, ebook, gambar, dan lain – lain. Contohnya Youtube
- d. Situs jejaring sosial, aplikasi yang mengizinkan pengguna untuk dapat terkoneksi dengan cara membuat informasi pribadi berupa foto – foto dan lain - lain. Contohnya Facebook
- e. Virtual Game World, dunia virtual, dimana mengreaplikasikan lingkungan 3D, dimana pengguna bisa muncul dalam bentuk avatar – avatar yang diinginkan dan berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya game online, World of Warcraft
- f. Virtual Social World, dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berkomunikasi dengan yang lain. Namun, virtual sosial world lebih bebas dan lebih ke arah kehidupan. Contohnya second life

Media sosial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Tiktok. Tiktok termasuk ke dalam klasifikasi media sosial, konten, yaitu penggunanya dapat berbagi dan menyimpan media, yaitu audio dan video secara online.

Menurut Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, media sosial memiliki enam (6) ciri sebagaimana berikut ini.⁴⁸

⁴⁷ Anang Sugeng, Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia, *Jurnal PUBLICIANA* Vol 9 No.1, (Tulungagung : FISIP UNITA, 2016), Hlm. 144 diambil dari [PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA | Jurnal PUBLICIANA \(unita.ac.id\)](https://doi.org/10.24127/publiciana.v9i1.144) diakses pada 27 Juli 2021 pukul 23:17 WIB

1. Konten yang disampaikan disebarakan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
 2. Informasi yang disampaikan muncul tanpa melalui *gatekeeper* dan tidak ada batas penghambat.
 3. Isi pesan disampaikan secara *online* dan langsung.
 4. Konten dapat diterima secara *online* dalam waktu lebih cepat dan bisa tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.
 5. Memberikan wadah kepada kreator untuk beraktualisasi diri.
 6. Aspek-aspek fungsional dalam konten media sosial, yaitu identitas, interaksi, *sharing*, kehadiran, relasi, reputasi, dan kelompok (grup).
4. Etika Bermedia Sosial

Etika secara bahasa berasal dari kata Yunani, *ethos* yang berarti adat istiadat atau pola kebiasaan berperilaku. Secara istilah atau umum etika dapat diartikan aturan perilaku, tata cara pergaulan atau adat kebiasaan manusia dalam hidup bermasyarakat. Sehubungan dengan perkembangan komunikasi dan informasi, masyarakat kini sangat akrab dengan teknologi digital. Salah satu teknologi yang sering digunakan adalah media sosial. Media sosial menjadi sarana komunikasi di era digital tanpa pandang usia, jarak dan waktu.

Penggunaan media sosial tidak terlepas dari partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan media sosial memiliki hubungan dengan etika berkomunikasi. Etika berkomunikasi erat kaitannya dengan penyampaian bahasa, baik itu verbal ataupun nonverbal. Komunikasi verbal seperti penyampaian bahasa, contohnya dengan menggunakan simbol dan kata. Sedangkan nonverbal digunakan untuk mendeskripsikan sesuatu bukan melalui kata – kata yang tertulis melainkan terucap maupun isyarat.

Di kehidupan masyarakat saat ini, sering dijumpai perilaku yang kurang sopan ketika menjalin komunikasi, hal itu dapat menyebabkan kecemasan dan kekhawatiran melemahnya etika. Dalam penyampaian aspirasi, dan penerapan etika pun kini seperti terpinggirkan. Hal ini dikarenakan oleh belum mengakarnya etika dalam kehidupan berbangsa dan bernegara baik pada komunikasi secara

⁴⁸ Asriyani Sagiyanto dan Nina Ardiyanti, *Self Disclosure* melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Anggota Galeri Quote), *Nyimak Journal of Communication* Vol.2, No.1 April 2018, pp.81-94 P-ISSN 2580-3808, E-ISSN 2580-3832, (Tangerang : Universitas Muhammadiyah Tangerang, 2018), Hlm 86, diambil dari [687-1659-1-PB.pdf](https://doi.org/10.24127/njim.v2i1.687-1659-1-PB.pdf) diakses pada 10 Oktober 2021 pukul 16:55 WIB

langsung ataupun tidak. Dalam media sosial contohnya, seringkali dijumpai sikap menyimpang yang dilakukan oleh orang – orang tertentu seperti konten provokatif, membawa isu SARA yang sensitif, *bullying* dan tak sedikit pula banyak yang menggunakan kata – kata kasar yang menyebabkan pertikaian. Haryatmoko memberikan pertimbangan terkait etika berkomunikasi yang harus ditanamkan dalam bermedia sosial, yaitu :⁴⁹

- a. Salah satu jalan demi menjaga keseimbangan antara tanggung jawab atas sikap penyampaian aspirasi, kebebasan berpendapat, dan mengekspresikan diri.
- b. Media sosial dapat menjadi berbahaya karna media sosial mempunyai kekuasaan dan sangat berpengaruh terhadap publik. Contohnya, banyak yang menjadikan media sosial sebagai sarana penggiring opini publik, menunggangi khalayak umum dan memanipulasi kebohongan besar. Oleh sebab itu, etika bermedia sosial menjadi hal yang penting yang harus diterapkan. Hal ini juga bermanfaat sebagai perlindungan bagi lemahnya publik.
- c. Etika berguna untuk membatasi dan mengurangi pengaruh buruk dari logika instrumental, karna logika dapat mengabaikan makna dan nilai

Pada zaman ini, dimana semuanya lebih mengutamakan teknologi dalam berkomunikasi, umat Islam pun diharuskan untuk bijak dan memahami literasi yang berkaitan dengan media sosial terutama dalam hal etika. Adapun tuntutan –untutannya sebagai berikut⁵⁰ :

- a. Memberikan informasi yang valid dan terpercaya

Sebagai seorang muslim sudah kewajibannya untuk menghindari perilaku *qaul zur* yaitu perilaku yang memberikan kesaksian palsu kepada orang lain. Kesaksian palsu adalah dosa besar yang mengarah pada perilaku firnah dan sama dengan dosa yang yang berbuat syirik. Dalam QS. Al-Hajj ayat 30, Allah memerintahkan kepada manusia untuk menghindari *al-kidz* atau *qaul zur* yang disampaikan dengan larangan menyumbang berhalal. Pad QS. Al-An'am ayat 112 pun Allah menetapkan bahwa orang yang suka berbohong menjadi musuh Allah dan para nabi.

⁴⁹ Wiji Nurasih, Islam dan Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Milenial : Telaah Surat Al-'Asr, *Al-mishbah Vol 16 No.1 Januari – Juni 2020*, (Sungai Penuh : IAIN Kerinci, 2020), Hlm. 160 diambil dari [View of ISLAM DAN ETIKA BERMEDIA SOSIAL BAGI GENERASI MILENIAL: TELAHAH SURAT AL-'ASR \(almishbahjournal.com\)](http://almishbahjournal.com) pada 11 Agustus 2021 pukul 21:30

⁵⁰ Wiji Nurasih, Islam dan Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Milenial : Telaah Surat Al-'Asr, *Al-mishbah Vol 16 No.1 Januari – Juni 2020*, (Sungai Penuh : IAIN Kerinci, 2020), Hlm. 164.....

b. Menghindari prasangka

Prasangka yang disampaikan tanpa dasar yang menjadi kunci dari kebenaran sebuah informasi dapat menyebabkan perilaku *bullying* dan membunuh mental atau karakter seseorang.

c. Menghindari *sukhriyah*

Sukhriyah adalah suatu perilaku yang merendahkan orang lain dengan mencaci-maki, menghina, mengolok-olok seseorang sehingga menimbulkan kebencian dalam diri seseorang. *Sukhriyah* sama dengan perilaku *bullying*. Hal ini tidak hanya terjadi di dunia nyata, namun juga tak sedikit terjadi di media sosial. Hal ini dilarang karna dapat merugikan seseorang dan dapat berpengaruh terhadap kesehatan mental seseorang, seperti firman Allah dalam QS.al-Hujurat ayat 11 yang artinya “*Wahai orang – orang yang beriman! Janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karna) boleh jadi mereka (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula perempuan – perempuan (mengolok-olokkan) perempuan lain (karna) boleh jadi perempuan (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari perempuan (yang mengolok-olokkan). Janganlah kamu saling mencela satu sama lain dan janganlah saling memanggil dengan gelar – gelar yang buruk. Seburuk – buruknya panggilan adalah (panggilan) yang buruk (fasik) setelah beriman. Dan barangsiapa tidak bertobat, maka mereka itulah orang – orang yang zalim.*”⁵¹

Oleh karna itu, sudah keseharusan bagi umat Islam untuk menghindari perbuatan tersebut.

d. Menemukan fakta

Dalam QS.al-Hujurat ayat 6, Allah SWT berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya :

“ *Wahai orang – orang yang beriman ! Jika seorang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karna kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya akan kamu menyesali perbuatanmu itu.*”

⁵¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung : Syaamil Qur'an, 2010)

Dari ayat tersebut, dijelaskan bahwa Allah telah memerintahkan orang Islam untuk mencari kebenaran suatu kabar atau informasi dan tidak mencari kesalahan orang lain sehingga cenderung kepada sikap *tajassus*.

e. Menjauhi namimah atau mengadu domba

Perilaku namimah adalah suatu perilaku yang berusaha untuk mengadu domba antar pihak. Hal itu sudah seharusnya dihindari oleh seorang muslim serta harus mawas diri. Apalagi pada era modern saat ini yang cenderung bebas dalam berkomunikasi.

Dari penjabaran di atas, maka dapat dipahami bahwa dalam membangun komunikasi yang baik dalam bermedia sosial, haruslah menaati etika – etika dan menjunjung tinggi nilai – nilai yang berlaku. Terutama umat muslim, karena sudah seharusnya dalam berkomunikasi dengan memperhatikan aturan yang sesuai dengan ajaran Islam. Baik itu secara verbal maupun nonverbal. Hal itu harus disesuaikan dengan nilai-nilai Islam supaya tidak timbul penyimpangan.

C. TIKTOK

1. Tiktok : Pengertian

TikTok adalah layanan jejaring sosial berbagi video Tiongkok yang dimiliki oleh ByteDance, sebuah perusahaan yang berbasis di Beijing, didirikan pada 2012 oleh Zhang Yiming . Tiktok bagi sebagian orang merupakan sebuah aplikasi hiburan semata yang diciptakan untuk semua kalangan dan tidak ada batasan dalam penggunaannya. Pada dasarnya, hiburan berasal dari *element* dalam sebuah aplikasi. Dalam al-Qur'an, hal ini tidak hanya melihat tujuannya semata sebagai hiburan, akan tetapi bagaimana cara olah dan prakteknya lebih diperhatikan, karena pekerjaan atau perbuatan harus berlandaskan dengan syari'at Islam dan tidak melewati batas syari'at.⁵²

Aplikasi tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.⁵³ Aplikasi Tiktok memberikan

⁵² Niswatul Malihah. Tiktok Dalam perspektif Al-Qur'an, *Jurnal At – Tahfidz : Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Vol.1 No.01 Juli – Desember 2019*, (Indrayala : STTI Al – Qur'an Al – Ittifaqiah, 2019), Hlm. 45, diambil dari [TIKTOK DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN | Malihah | Jurnal AT TAHFIZH \(sttqi.ac.id\)](https://sttqi.ac.id/) , diakses pada 22 Febuari 2021 pukul 19 : 46 WIB

⁵³ Wisnu Nugroho Aji, Aplikasi Tiktok sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia, *PIBSI 40 UNIKAL 2018* ISBN : 978-602-6779-21-2, (Klaten : Unikal Press, 2018) Hlm. 438 diambil dari [APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA |](https://www.unikal.ac.id/)

efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang bagus dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya.

Penggunaan aplikasi tiktok dimanfaatkan bukan saja sebagai hiburan semata. Namun, banyak juga konten – konten video yang disajikan dengan tujuan seperti personal branding, pemasaran suatu usaha, memberikan suatu informasi dan ilmu salah satu contohnya seperti konten – konten dakwah.

2. Sejarah Tiktok

Aplikasi tiktok merupakan aplikasi pembuat video musik pendek yang diluncurkan pada bulan september tahun 2016 yang dikembangkan oleh developer dari Tiongkok. Zhang Yiming, merupakan lulusan software engineer dari Universitas Nankai mendirikan perusahaan teknologi *ByteDance* pada maret 2012. Lewat perusahaannya inilah Yiming mengembangkan aplikasi Tiktok.⁵⁴ Awalnya *ByteDance* meluncurkan aplikasi berita, Toutiao yang kini menjadi salah satu yang terbesar di Cina. Hingga kemudian tren membuat Yiming memutuskan untuk merambah aplikasi media sosial yang lebih interaktif.

Dalam industri konten, teks dan gambar telah berkembang menjadi video, dan konten kini banyak berasal dari pengguna. Perubahan dilakukan untuk menjawab kebutuhan pengguna Tiktok itu sendiri. *ByteDance* kemudian berkembang menjadi aplikasi pembuat video pendek yang awalnya dikenal dengan sebutan Douyin dan secara resmi diluncurkan pada September 2016. Sepanjang tahun 2018, aplikasi tersebut merambah ke App Store dengan 500 juta kali unduhan lebih. Sebagian besar pengguna Tiktok diketahui merupakan anak muda dan bahkan yang masih belia.⁵⁵

[PERTEMUAN ILMIAH BAHASA DAN SASTRA INDONESIA \(PIBSI\) \(unikal.ac.id\)](http://unikal.ac.id) diakses pada 27 Juli 2021 pukul 23:32 WIB

⁵⁴ Sholihatul Atik Hikmawati, Luluk Farida, Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam (Al-Ittishol)* P-ISSN : 2721-964X/E-ISSN : 2721-9631 Volume 2 Nomor 1 Januari 2021, (Malang : IAI Sunan Kalijogo Malang, 2021), Hlm.4, Diambil dari [View of PEMANFAATAN MEDIA TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI DOSEN IAI SUNAN KALIJOGO MALANG \(iaiskjmalang.ac.id\)](http://iaiskjmalang.ac.id) , diakses pada 27 Juli 2021 pukul 23:52 WIB

⁵⁵ Sholihatul Atik Hikmawati, Luluk Farida, Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam (Al-Ittishol)* P-ISSN : 2721-964X/E-ISSN : 2721-9631 Volume 2 Nomor 1 Januari 2021, (Malang : IAI Sunan Kalijogo Malang, 2021), Hlm.4, Diambil dari [View of PEMANFAATAN MEDIA TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI DOSEN IAI SUNAN KALIJOGO MALANG \(iaiskjmalang.ac.id\)](http://iaiskjmalang.ac.id) , diakses pada 27 Juli 2021 pukul 23:53 WIB

3. Fitur – Fitur pada Aplikasi Tiktok

a. Fitur Musik

Fitur ini menyediakan berbagai jenis genre lagu ataupun instrument yang dapat digunakan oleh pengguna dengan menyesuaikan konten video yang akan dibuat.

b. Fitur Filter

Fitur filter dapat digunakan untuk mengubah tone warna pada video, tone warna pada gambar, serta kemampuan untuk mempercantik wajah.

c. Fitur Stiker Video

Fitur ini dapat digunakan untuk menambah gambar berupa stiker pada video dan menyediakan kemampuan untuk mengedit video yang akan diunggah menjadi video *slowmotion*.

d. Reaction Video

Fitur ini berguna untuk mengajak pengguna mengekspresikan dan *reaction* atau menanggapi konten pengguna lain. *Reaction* video ini bukan berupa teks seperti komentar, namun direkam dalam bentuk video. *Reaction* video pada fitur aplikasi Tiktok ini bernama *Stitch* dan *Duet*.

e. Voice Effect

Fitur voice effect akan mengubah suata tone video yang dibuat seperti efek suara tupai, getaran, suara elektrik hingga suara yang ngebass ataupun keras.

4. Bentuk – Bentuk Konten dalam Tiktok

a. Bisnis

Aplikasi ini bisa digunakan untuk mempromosikan bisnis serta *brand*. Konten – konten dari Tiktok bisa dimanfaatkan untuk membangun *brand image* yang bagus bila dioptimasi dengan baik dan benar. Pengguna dapat membuat akun serta konten – konten Tiktok sendiri dan memanfaatkannya sebagai sarana promosi ataupun cara membangun *brand image* bisnis. Cara lainnya adalah dengan bekerja sama dengan para influencer Tiktok yang memiliki pengaruh besar dan *followers* yang banyak.

b. Personal Brand

Tiktok bisa berupa konten – konten video yang digunakan untuk membangun *brand* personal penggunanya. Bila seorang *influencer* ataupun

ingin menjadi seorang *influencer* , Tiktok bisa menjadi tempat yang cocok untuk memulai. Popularitas dan jumlah pengguna yang banyak akan menjadi sebuah potensi serta sumber *income* yang baik. Akan ada banyak tawaran dari *brand – brand* yang ingin menggunakan jasa sebagai seorang *brand influencer*.

c. Hiburan

Konten video Tiktok juga bisa hanya sebuah hiburan semata. Ada banyak konten – konten lucu serta menarik yang bisa digunakan sebagai cara untuk menghibur diri.⁵⁶

d. Informasi

Konten Tiktok juga dapat digunakan sekedar berbagi informasi dengan penggunaannya. Banyak para ahli profesi dari berbagai bidang yang *sharing* ilmunya melalui video Tiktok. Tidak hanya ahli profesi, adanya juga orang awam biasa yang sekedar berbagi ilmu yang dimiliki dengan pengguna lainnya. Mulai dari ranah kesehatan, kecantikan, masakan, dekorasi dan interior, smpa ranah agama, dll. Namun, sebagai pengguna juga harus cermat dan hati – hati dalam mengkonsumsi maupun membuat konten dalam hal ini, karna perlu pemahaman yang cukup serta sumber yang jelas supaya tidak masuk kedalam penyebaran informasi *hoax*.

5. Mekanisme Pembuatan Tiktok

a. Cara Mendownload Tiktok

Sebelum mengetahui cara menggunakan aplikasi Tiktok, tentunya harus memiliki aplikasi Tiktok terlebih dahulu. Caranya hanya dengan masuk ke aplikasi PlayStore, lalu *seacrh* di pencaharian, Tiktok, kemudian install. Jika proses install sudah selesai, aplikasi siap dijalankan.

b. Cara Mendaftar Tiktok

Setelah aplikasi di download. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan membuat akun. Saat pertama kali dibuka, Tiktok akan menampilkan pilihan kategori video yang disukai. Pengguna dapat memilih

⁵⁶ Sholihatul Atik Hikmawati, Luluk Farida, Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam (Al-Ittishol)* P-ISSN : 2721-964X/E-ISSN : 2721-9631 Volume 2 Nomor 1 Januari 2021, (Malang : IAI Sunan Kalijogo Malang, 2021), Hlm.5, Diambil dari [View of PEMANFAATAN MEDIA TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI DOSEN IAI SUNAN KALIJOGO MALANG \(iaiskjmalang.ac.id\)](http://iaiskjmalang.ac.id) , diakses pada 27 Juli 2021 pukul 24:21WIB

beberapa, kemudian klik *Next*. Setelah itu akan muncul sebuah tampilan yang menunjukkan cara untuk mengeksplorasi koleksi video di Tiktok. Pengguna bisa langsung klik *Start Watching*. Selanjutnya akan muncul video – video dari unggahan pengguna lain. Di tahap ini, pengguna dapat klik tombol *Me* di sebelah kanan bawah. Barulah akan muncul tombol pendaftaran akun, klik *Sign Up*.

Untuk mendaftar ke Tiktok, pengguna bisa dengan menggunakan beberapa pilihan, seperti nomor ponsel atau email, akun facebook, atau akun Google. Jika sudah mendaftar, langkah selanjutnya adalah melengkapi profil seperti tanggal lahir. Sampai tahap ini, akun sudah berhasil dibuat dan bisa dilanjutkan ke pembuatan video.

c. Cara Membuat Video Tiktok

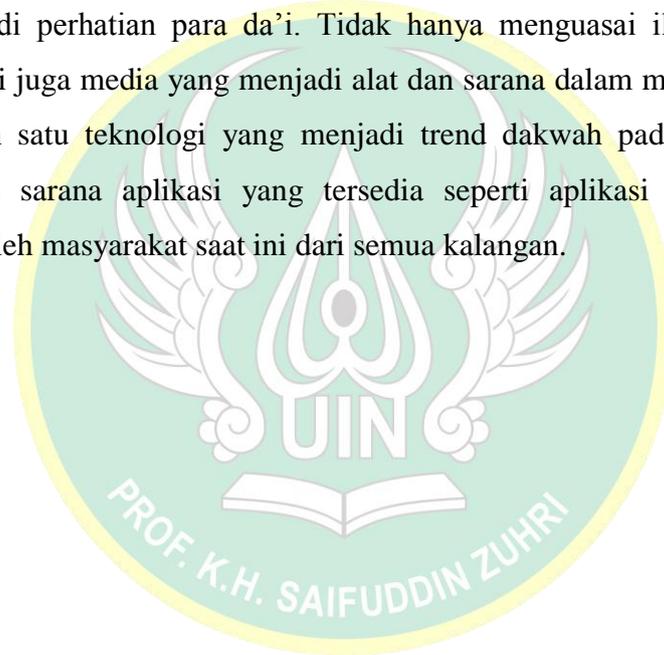
Cara membuat video Tiktok, bisa dengan klik ikon + (plus) yang berada di tengah. Lalu setelah muncul halaman pembuatan video, pengguna dapat mengatur audionya yang berada sisi paling atas dengan label “Sounds”. Jika sudah di klik, maka muncullah jendera baru yang menampilkan ragam audio dengan pilihan genre, efek dan juga durasi. Pilih salah satu yang sekiranya cocok dan pas dengan konten video yang akan dibuat dengan pengguna. Setelah audio sudah dipilih, label sounds sebelumnya akan berganti menjadi judul audio yang sudah dipilih. Selain audio, pengguna juga dapat menggunakan filter untuk efek yang berbeda dari biasanya. Hal itu merupakan pilihan tergantung selera dan kebutuhan konten yang akan ditampilkan. Di salah satu menu jendela kamera ini, memiliki fitur timer yang berguna jika pengguna merekam seorang diri. Setelah video selesai di rekam dan di edit, maka pengguna bisa langsung mengupload videonya.

Cara lain untuk membuat video Tiktok adalah dengan mengunggah atau upload dari galeri. Dalam posisi jendela kamera terbuka di aplikasi Tiktok, disebelah kanan tombol shutter ada satu tombol lain yang bisa di tap akan membuka jendela galeri. Dari sana, pengguna bisa upload video yang telah direkam sebelumnya, bisa dari hasil editing atau sumber lainnya. Setelah video yang akan diunggah dipilih, klik tombol *Next*. Tunggu beberapa saat sampai video selesai di proses. Setelah itu, pengguna bisa menambahkan efek, audio, teks dan lain – lain ke dalam video. Jika sudah selesai, klik tombol *Next* lagi.

Berikan caption yang menarik dan mewakili video tersebut, tambahkan juga hastag dan mention teman jika perlu. Pengguna juga dapat mengatur beberapa opsi privasi, seperti komentar, duet, *stich* dan ketersediaan tombol *download*. Terakhir, klik tombol *Post* dan video berhasil diunggah ke Tiktok.

D. Tiktok sebagai Media Dakwah Islam

Dakwah dengan berbagai dinamika yang melingkupinya membutuhkan kreativitas dan inovasi yang menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Konsep *Al Islamu sholih likulli zaman wa makan* (Islam sesuai dengan kondisi waktu dan tempat) merupakan prinsip yang dipegang para da'i dalam mengemban tugas sucinya.⁵⁷ Akses dan pengetahuan terhadap sumber – sumber teknologi yang ada perlu menjadi perhatian para da'i. Tidak hanya menguasai ilmu agama dan ilmu umum, tetapi juga media yang menjadi alat dan sarana dalam menyampaikan dakwah Islam. Salah satu teknologi yang menjadi trend dakwah pada era saat ini adalah internet dan sarana aplikasi yang tersedia seperti aplikasi TikTok yang marak digunakan oleh masyarakat saat ini dari semua kalangan.



⁵⁷ Adi Wibowo, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital,” *Jurnal Islam Nusantara* 3, no. 2 (2019): Hlm. 339–56.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penggunaan pendekatan ini cenderung menganalisis data mereka secara induktif. Pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan – temuannya tidak diperoleh melalui prosedur kuantifikasi, perhitungan statistik, atau bentuk cara – cara lainnya yang menggunakan ukuran angka. Penelitian kualitatif prinsipnya untuk memahami obyek yang diteliti secara mendalam.⁵⁸

b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*). Analisis isi yaitu teknik penelitian yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan yang dilakukan secara objektif dan sistematis.⁵⁹ Analisis isi digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi, contohnya surat kabar, radio, televisi ataupun media sosial.

Dalam penelitian ini, aspek yang akan diteliti adalah pendakwah Ikhwan Mukhlis, dengan menganalisis pendapatnya terkait alasan penggunaan Tiktok sebagai media dakwah serta proses pembuatan konten dan penentuan tema dakwah yang akan disampaikan. Dalam penggalan data penulis membutuhkan pengamatan secara mendalam baik dengan observasi, wawancara maupun dokumentasi.

B. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁶⁰ Data yang dihasilkan dari sumber pertama melalui

⁵⁸ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*, (Yogyakarta : Deepublish, 2018), Hlm 4

⁵⁹ Jumroni, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Jakarta : Lembaga Penelitian UIN Press, 2006), Hlm. 73

⁶⁰ Firdaus dan Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Deepublish, 2018), Hlm.102

tahapan dan teknik pengambilan data dapat berupa *interview*, observasi, ataupun instrumen pengukuran yang telah dirancang sesuai tujuannya.⁶¹ Yang merupakan sumber primer yaitu artikel jurnal, laporan, publikasi dari pemerintah dan katalog.⁶²

Sumber data primer pada penelitian ini yakni data-data yang dihasilkan secara langsung dari Ikhwan Mukhlis selaku pemilik akun TikTok @ikhwanmukhlis_.

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah setiap publikasi yang ditulis oleh pe ngarang yang bukan merupakan hasil pengamatan langsung dari peristiwa – peristiwa yang dilukiskan. Menurut Howard dan Sharp yang merupakan sumber sekunder yaitu buku teks, review dari jurnal dan indeks publikasi.⁶³

Sumber sekunder dalam penelitian ini adalah kajian media seperti, visulisasi media atau studi pustaka dan dokumentasi.

C. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan datanya menggunakan kajian media. Hal ini dikarenakan penelitian yang akan dilakukan adalah terkait akun media sosial (TikTok). Maka, data yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Dokumentasi

Dokumentasi adalah dokumen yang berkaitan dengan masalah, tujuan dan fokus penelitian.⁶⁴ Dokumentasi yang dimaksud adalah sumber – sumber dokumen yang peneliti jadikan sebagai penunjang kajian dalam penelitian ini.

Data dokumentasi yang akan digunakan adalah data mengenai profil akun Tiktok @ikhwanmukhlis_ , data pengunjung dan analisis akun, hasil wawancara dengan pemilik akun, serta dari buku, jurnal dan sebagainya yang berkaitan dengan teori.

⁶¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998), Hlm.36

⁶² Muh. Fitrah dan Luthfiah, *Metode Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi : Jejak, 2017), Hlm.147

⁶³ Muh.Fitrah dan Luthfiah, *Metodologi Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas.....Hlm.147*

⁶⁴ Rahel Widiawati, *Media Sosial dan Ekonomi Industri Kecil : Sebuah Studi Kualitatif*, (Yogyakarta : Deepublish, 2015), Hlm.72

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu cara untuk mendapatkan informasi tentang sesuatu dengan cara bertanya langsung kepada informan.⁶⁵ Wawancara juga dapat diartikan suatu bentuk komunikasi secara lisan yang dilakukan beberapa orang, baik langsung maupun tidak langsung, untuk mengumpulkan informasi tertentu.

Adapun wawancara yang akan dilakukan oleh peneliti adalah wawancara dengan pemilik akun tiktok @ikhwanmukhlis_. Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur dimana dalam proses penggalian informasi dan pengumpulan data terkait topik penelitian menggunakan bahan pertanyaan yang telah disiapkan sebelum melakukan wawancara. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menyiapkan 18 pertanyaan sebagai bahan memperoleh informasi, namun tidak dipungkiri peneliti menambahkan beberapa pertanyaan tambahan untuk memperjelas data informasi yang diperoleh.

D. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan – bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁶⁶ Noeng Muhadjir mendefinisikan analisis data, yakni sebagai usaha mencari dan menata secara sistematis hasil penelitian untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti dan menyajikannya sebagai penemuan bagi orang lain. sedangkan untuk meningkatkan pemahaman itu, analisis perlu dilanjutkan dengan berusaha mencari makna.⁶⁷

Menurut Miles and Huberman, kegiatan dalam analisis data dilakukan secara interaktif dan belangsung secara menerus sampai selesai, hingga datanya jenuh.⁶⁸ Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan

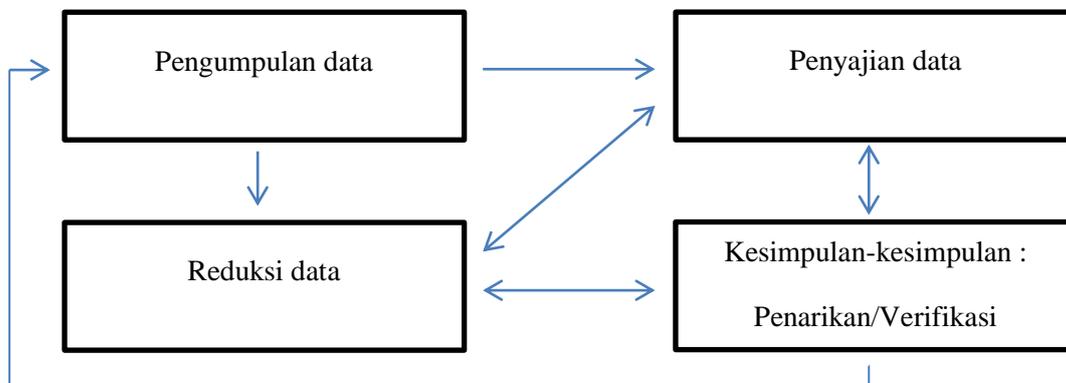
⁶⁵ Didin Fatihudin, dkk, *Kapita Selekta Metodologi Penelitian*, (Surabaya : Qiara Media, 2020), Hlm. 121

⁶⁶ Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, (Makassar : Sekolah Tiinggi Theologi Jaffray, 2018), Hlm. 52

⁶⁷ Ahmad Rijali, Analisis Data Kualitatif, *Jurnal Alhadrah* Vol.17 No.33 Januari-Juni 21018, (Banjarmasin : UIN Antasari Banjarmasin, 2018), Hlm.4 Diambil dari ([PDF ANALISIS DATA KUALITATIF \(researchgate.net\)](#)), diakses pada 08 Oktober 2021

⁶⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta,2007), Hlm. 246

data berlangsung dengan menggunakan teknik analisis isi. Desain proses analisis data penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman sebagai berikut.⁶⁹



Gambar 1 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif

Gambar diatas menjelaskan sifat interaktif pengumpulan data dengan analisis data. Pengumpulan data adalah bagian integral dari kegiatan analisis data. Reduksi data merupakan usaha menyimpulkan data, setelah itu memilah-milah data dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, dan tema tertentu.

Hasil reduksi data diolah sedemikian rupa agar terkesan lebih utuh. Bentuknya dapat berbentuk sketsa, sinopsis, matriks, dan lainnya. Hal itu sangat diperlukan untuk memudahkan pemaparan dan penegasan kesimpulan. Prosesnya tidak sekali langsung jadi, tetapi berinteraksi secara bolak balik. Hal itu tergantung pada seberapa banyaknya atau seberapa luasnya masalah yang ingin dijawab dan ketajaman peneliti dalam melakukan komparasi ketika proses pengumpulan data.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis isi. Analisis isi menurut Klaus Krippen Draft adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi dari data – data yang diolah sebagai jawaban terhadap masalah yang telah dikemukakan. Inferensi yang dapat ditiru dan sah dengan memperhatikan konteksnya.⁷⁰ Analisis isi mempunyai sejarah yang panjang dan analisis isi telah dipakai sejak 4000 tahun lalu pada masa Romawi kuno. Konsepsi Aristoteles mengenai retorika adalah salah satu pemanfaatan analisis isi, dimana pesan dibentuk dan disesuaikan dengan kondisi

⁶⁹ Ahmad Rijali, Analisis Data Kualitatif, *Jurnal Alhadrah* Vol.17 No.33 Januari-Juni 21018, (Banjarmasin : UIN Antasari Banjarmasin, 2018), Hlm.83 Diambil dari [\(PDF\) ANALISIS DATA KUALITATIF \(researchgate.net\)](#), diakses pada 08 Oktober 2021

⁷⁰ Klaus Krippen Draft, *Analisis Pengantar Teori dan Metodologi*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1993), Hlm. 15

khalayak. Sementara Krippendorff melihat penggunaan analisis isi pertama kali dapat dilacak hingga abad XVIII di Swedia. Perkembangan penting analisis isi terjadi pada awal abad XIX. Ini ditandai dengan mulai dibukanya studi mengenai jurnalisme dan surat kabar di Amerika. Sekolah – sekolah kewartawanan tumbuh seperti cendawan kemudian mencuatkan kebutuhan akan penelitian empiris terhadap fenomena persuratkabaran. Sejak saat itu, banyak bermunculan studi mengenai analisis isi terhadap surat kabar.⁷¹ Dalam lapangan antropologi, analisis isi juga banyak dipakai. Para antropolog mulai memanfaatkan teknik analisis isi untuk menganalisis mitos, cerita rakyat, teka – teki dengan cara melakukan analisis komposisional terhadap terminologi pertalian keluarga (*kinship*). Disiplin ilmu sosiologi juga memanfaatkan analisis isi. Kalangan sejarawan juga mulai menggunakan analisis isi. Dokumentasi sejarah dalam jumlah besar disistematisasikan, dibuat kategori dan analisis yang membantu pekerjaan para sejarawan. Semua perkembangan ini mempengaruhi pertumbuhan komunikasi dan menaikkan status analisis isi sebagai suatu metode yang ilmiah.⁷²

Harold D.Lasswell adalah pelopor analisis ini, terkait teknik *symbol coding* yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi. Analisis ini digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi, baik itu surat kabar, berita radio, iklan televisi atau dokumentasi lainnya. Analisis isi dapat digunakan pada hampir semua disiplin ilmu sosial untuk mengkaji isi pesan dan membuat pesan, atau mengamati dan membahas isi sikap komunikasi umum dari komunikator yang terpilih.

Analisis isi yang digunakan oleh peneliti adalah analisis isi kualitatif, yang memiliki sifat terstruktur atau sistematis, namun tidak kaku. Terstruktur atau sistematis ini maksudnya seluruh proses analisis dilakukan melalui proses yang sistematis. Untuk teknik analisisnya, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman dengan cara sebagai berikut :

1. Pengumpulan data

Peneliti mengumpulkan data-data yang diperoleh dari buku, jurnal serta informasi dari hasil wawancara yang diperoleh. Hal itu peneliti jadikan referensi maupun data penguat dalam menganalisa hasil penelitian.

⁷¹ Eriyanto, *Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu – Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta : Pranadamedia Group, 2011), Hlm. 6

⁷² Eriyanto, *Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk.....*Hlm. 7

2. Reduksi Data

Pada tahap ini, peneliti mereduksi data atau merangkum dan memilah data sesuai dengan fokus penelitian. Peneliti akan melakukan reduksi data yang berarti merangkum data yang diperoleh dari wawancara serta referensi dari buku maupun jurnal.

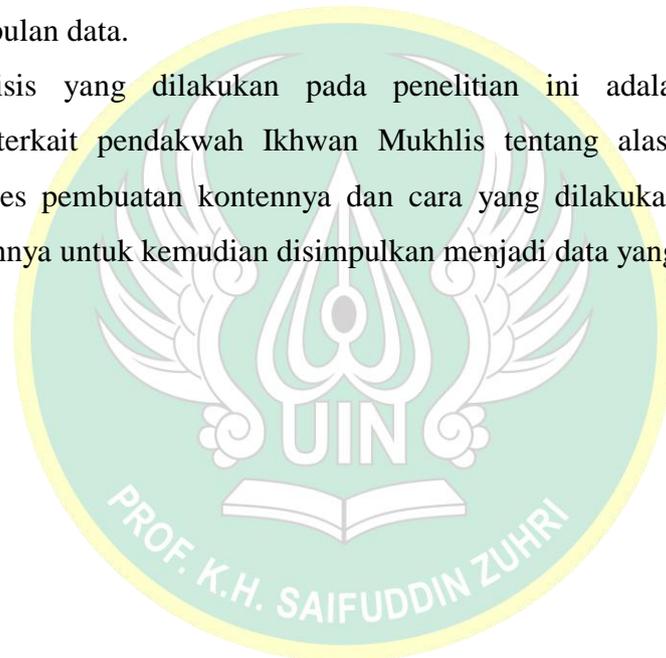
3. Penyajian Data

Peneliti menyajikan data dalam bentuk teks naratif sesuai dengan yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yakni *“The most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text”*⁷³

4. Penarikan kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan dari fakta-fakta atau informasi yang diperoleh dari pengumpulan data.

Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan terkait pendakwah Ikhwan Mukhlis tentang alasannya berdakwah di Tiktok, proses pembuatan kontennya dan cara yang dilakukan dalam menentukan tema dakwahnya untuk kemudian disimpulkan menjadi data yang tepat.



⁷³ Desy Ika Susila Landasari, Pemanfaatan Media Sosial di Kalangan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Studi Pada Anggota DPRD Kabupaten Gresik Periode 2009-2014), *Skripsi*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2013), Hlm.30 Diambil dari [PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH \(Studi Pada Anggota DPRD Kabupaten Gresik Periode 2009-2014\) - UMM Institutional Repository](#), diakses pada 10 Oktober 2021

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Ikhwan Mukhlis

Mukhammad Ikhwan Mukhlis atau kerap dikenal dengan nama Ikhwan Mukhlis adalah seorang da'i muda asal kota Surabaya. Pemuda kelahiran 13 Maret 1998 ini adalah anak pertama dari dua bersaudara. Ia juga merupakan seorang mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi di Universitas Dr. Soetomo atau yang lebih dikenal dengan julukan UNITOMO, yaitu sebuah perguruan tinggi swasta yang berada di kota Surabaya, Jawa Timur. Meski demikian, tidak menjadi penghalang baginya untuk menebarkan ajaran – ajaran islam, khususnya di era yang serba digital ini. Dimana segala hal bisa dilakukan dan diperoleh secara online melalui digital, salah satunya berdakwah. Hal itu pun dilakukan olehnya dengan cara memanfaatkan aplikasi yang sedang marak digunakan yaitu Tiktok. Ikhwan Muklis memanfaatkan Tiktok dengan alasan ingin menebarkan kebaikan untuk memerangi keburukan pada sosial media terutama *Tiktok*.

2. Sejarah Tiktok Ikhwan Mukhlis

Seiring berkembangnya zaman, semakin berkembang pula dunia media sosial dan penggunaannya. Kegiatan berdakwah di media sosial pun yang menjadi trend, seperti berlomba – lomba dalam menyajikan konten keislamannya. Bahkan, saat ini munculnya berbagai macam aplikasi-aplikasi media sosial yang dimanfaatkan oleh pendakwah untuk melakukan dakwahnya, seperti salah satunya yakni aplikasi Tiktok.

Aplikasi tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.⁷⁴ Aplikasi ini pada awalnya digunakan sebagai hiburan, namun semakin berkembangnya dan maraknya pengguna Tiktok membuat pemanfaatannya menjadi beragam, termasuk berdakwah.

⁷⁴ Niswatul Malihah, Tiktok Dalam perspektif Al-Qur'an, *Jurnal At – Tahfidz : Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Vol.1 No.01 Juli – Desember 2019*, (Indrayala : STTI Al – Qur'an Al – Ittifaqiah, 2019), Hlm. 45, diambil dari [TIKTOK DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN | Malihah | Jurnal AT TAHFIZH \(sttqi.ac.id\)](https://sttqi.ac.id) , diakses pada 22 Febuari 2021 pukul 19 : 46 WIB

Hal itu pun dilakukan oleh Ikhwan Mukhlis dengan nama akun Tiktoknya @ikhwanmukhlis_ . Ikhwan Mukhlis merupakan salah satu dari banyaknya pendakwah di Tiktok yang menyajikan konten ajaran agama Islam.

Proses awal ia mengenal Tiktok bemula dari teman-temannya dan fenomena sosial yang terjadi saat ini membuatnya memutuskan berdakwah di Tiktok, seperti yang diungkapkan olehnya.

“Mengenal tiktok dari teman2 yang menjadikan platform ini sebagai ajang memamerkan aurat dan berjoged. Ikhwan juga termotivasi oleh salah satu akun dakwah di Tiktok yaitu milik ra Husein Basyaban yang menebarkan kebaikan dan saling mengingatkan sesama muslim untuk kembali kepada yang haq dan bathil.”⁷⁵

Sebenarnya, Ikhwan Mukhlis tidak hanya berdakwah pada aplikasi Tiktok saja, melainkan juga beberapa aplikasi media sosial lainnya yang ia manfaatkan juga sebagai sarana syiar dakwah Islam, seperti Instagram (@Ikhwanmukhlis_) dan juga Twitter (@ikhwanmukhlis_). Namun, penelitian yang dikaji oleh peneliti adalah akun Tiktoknya saja, melihat pada masa ini aplikasi Tiktok sedang marak diperbincangkan.

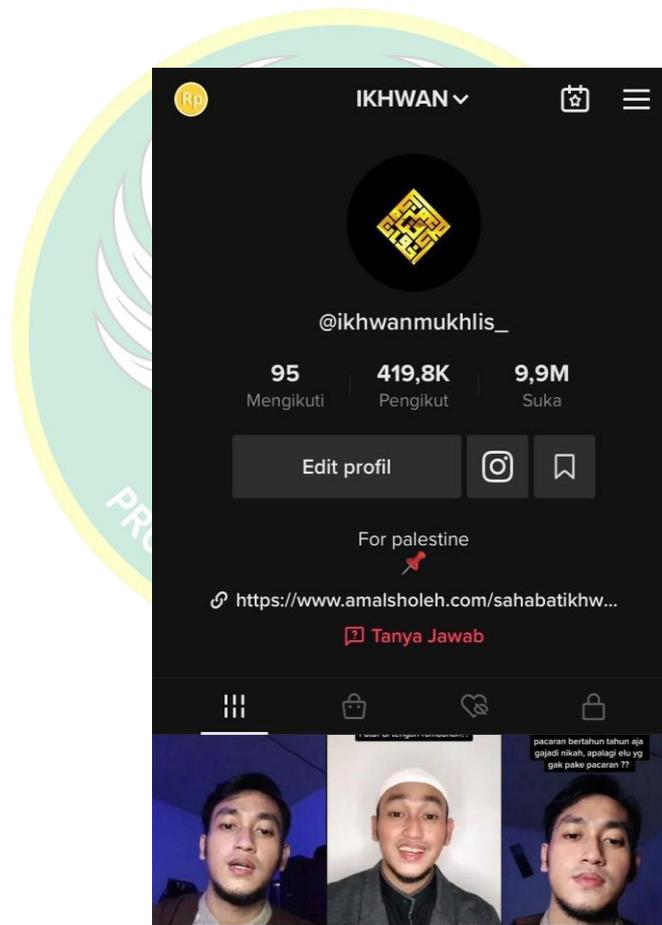
Ikhwan Mukhlis membuat akun Tiktok pada tahun 2020 awal dengan nama akun @ikhwanmukhlis_. Pada 16 Maret 2021, profil akun Tiktok milik Ikhwan Mukhlis memiliki pengikut sebanyak 419.8K dan jumlah like sebanyak 9.9M serta jumlah mengikuti sebanyak 95. Ikhwan dapat dibilang terkenal dikalangan pengguna Tiktok, terbukti dengan banyaknya antusias dan pengikut pada akunnya. Dengan konten pertamanya yang diposting pada 17 September 2020 tentang kisah terdahulu, yakni pembahasan cara dikenal Rasulullah adalah dengan kadar sholawat yang mereka baca, mendapatkan 14.4K like dan 104 komentar serta 281 share dengan captionnya *“MasyaAllah begitu mudahnya dikenal Rasulullah”*. Konten tersebut dikemas dengan foto dan teks materi yang dibawa berserta suara dari pemilik akun diiringi dengan backsound instrumental Kiss the Rain dari Silu Wang.

Hingga sampai saat ini, Ikhwan terus berusaha untuk menyebarkan dakwah Islam di aplikasi Tiktok, meski banyak tantangan dan hambatan yang dirasakan.

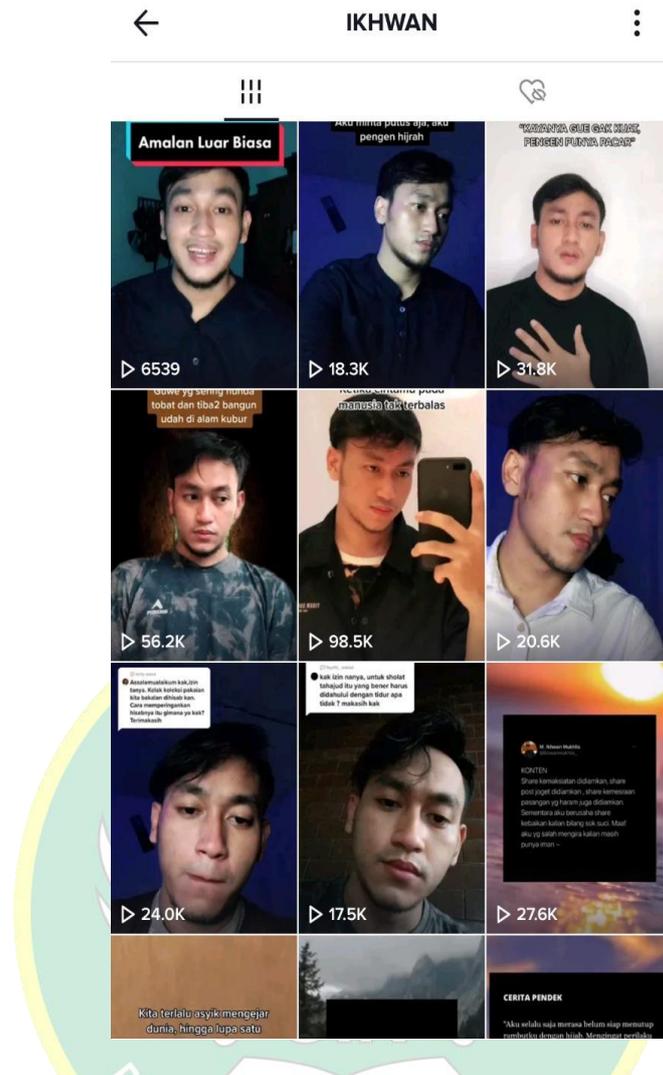
⁷⁵ Wawancara dengan Ikhwan Mukhlis Pemilik Akun, Purwokerto pada Senin, 30 Agustus 2021

3. Akun Tiktok Ikhwan Mukhlis

Akun (@ikhwanmukhlis_) dengan followers sebanyak 419.8K ini merupakan akun dakwah di media sosial Tiktok dengan video – video kontennya yang bermanfaat serta mampu mengubah pola pikir anak – anak generasi di zaman sekarang. Ia memanfaatkan Tiktok sebagai trend media dalam berdakwah dengan nilai dakwah yang disampaikan secara sederhana, namun menarik. Kemasan konten dakwahnya yang dibuat pun menyesuaikan trend yang sedang viral, dengan gaya berdakwahnya yang milenial dan tutur katanya yang sopan serta penyampaiannya yang halus dan lembut. Oleh sebab itu, setiap kontennya rata – rata memiliki ribuan viewers bahkan lebih. Berikut contoh tampilan profil akun Tiktok milik Ikhwan Mukhlis :



Gambar 2 Screenshot profil akun Tiktok



Gambar 3 Screenshot viewers konten dakwah Tiktok

Dapat dilihat setiap konten video dakwahnya memiliki jumlah *viewers* sebanyak ribuan orang. Banyaknya *viewers* pada akun Tiktok milik Ikhwan Mukhlis, menunjukkan bahwa adanya antusias dari netizen / *followers* nya dengan konten yang ia *posting*.

Selain menjadi pendakwah yang memiliki banyak *followers* dan *viewers*. Ikhwan Mukhlis juga dapat disebut sebagai pendakwah yang ramah. Hal itu bisa dilihat dari berbagai macam tanggapannya terhadap para *followers*nya yang berkomentar ataupun bertanya di setiap kontennya seperti contoh berikut :



Gambar 4 Screenshot tanggapan Ikhwan Mukhlis terhadap komentar followers / netizen



Gambar 5 Screenshot tanggapan Ikhwan Mukhlis terhadap komentar followers / netizen

Komentar tersebut menunjukkan keramahannya pada followersnya dengan menjawab lewat kolom komentar ataupun dibalas menggunakan video. Gambar tersebut juga menunjukkan adanya antusias *followers* / netizen pada postingannya. Ada yang bertanya, ada juga yang hanya sekedar menyapa.

Akun @ikhwanmukhlis_ banyak memposting tentang ajakan untuk berbuat baik dan mengingatkan kebaikan. Setiap video yang ia upload selalu viral atau dalam istilah Tiktok adalah *FYP* (*For Your Page*) terbukti dengan viewersnya yang banyak dan tertarik dengan kontennya. Salah satu contohnya, yakni video postingan yang diunggah pada 03 April 2021 dengan menggunakan sound yang sedang marak digunakan oleh para pengguna Tiktok yaitu sound panik ngga dari Ragil. Dengan berbagai macam kemasan konten yang dibuat dengan sound tersebut oleh para pengguna Tiktok, namun Ikhwan Mukhlis memanfaatkan moment itu dengan membawa materi dakwahnya, yaitu tentang para pelaku maksiat atau pendosa. Berikut contoh tampilan konten dakwahnya :



Gambar 6 Screenshot konten dakwah pelaku maksiat atau pendosa

Dalam materi dakwahnya ia membahas tentang sebuah HR. Ahmad tentang pendosa seperti yang terlihat pada gambar diatas. Hadis tersebut berbunyi, “Celakalah mushirrin yaitu orang yang terus menerus dalam melakukan dosa dan

ia dalam keadaan mengetahuinya”. Namun, ia mengemasnya dengan sederhana dan menarik, dengan gestur tubuhnya yang disesuaikan dengan teksnya “Guwe yg sering nunda tobat dan tiba2 bangun udah di alam kubur”, “Malaikat munkar & nakir be lyk : Panik nggak ?? Panik gak ?? Panik gakk??? Panik laa masa engga!!” dan dilanjut dengan mencantumkan sebuah hadis tentang pendosa atau pelaku maksiat. Videonya dibuat dengan background foto liang lahat dan backsound yang mendukung serta sesuai dengan materi yang dibawa mendapatkan 58.4K viewers dengan like 13.6k, 105 komentar dan 251 berbagi.

Akun @ikhwanmukhlis_ ini dan berbagai konten videonya yang mengajak kebaikan dengan cara millennialnya menjadi daya tarik pengguna *TikTok* yang mayoritas adalah kalangan muda atau remaja yang sedang membutuhkan dakwah islam atau penanaman moral secara islami dan modern. Berikut salah satu contoh postingan dakwahnya :



Gambar 7 Screenshot postingan dakwah

Gambar tersebut menunjukkan video yang diunggahnya adalah syiar kebaikan, sesuai dengan ajaran Islam. Ikhwan Mukhlis menjelaskan hal-hal yang sesuai dengan ajaran Islam seperti pada gambar, yaitu menjawab pertanyaan netizen terkait hisab sebuah pakaian menurut Islam.

Untuk melihat ringkasan analisis akun Tiktok Ikhwan Mukhlis, peneliti akan sajikan gambar analisisnya selama 60 hari terakhir :



Gambar 8 Screenshot analisis ringkasan Tiktok

Gambar diatas menjelaskan bahwa jumlah pengikut pada akun @ikhwanmukhlis_ sebanyak 419,837 pengikut. Postingan konten pada akunnya mendapatkan 58.4K tayangan video. Jumlah yang melihat profilnya sebanyak 6.772 kali, 2,336 suka dengan 25 komentar dan 231 bagikan.

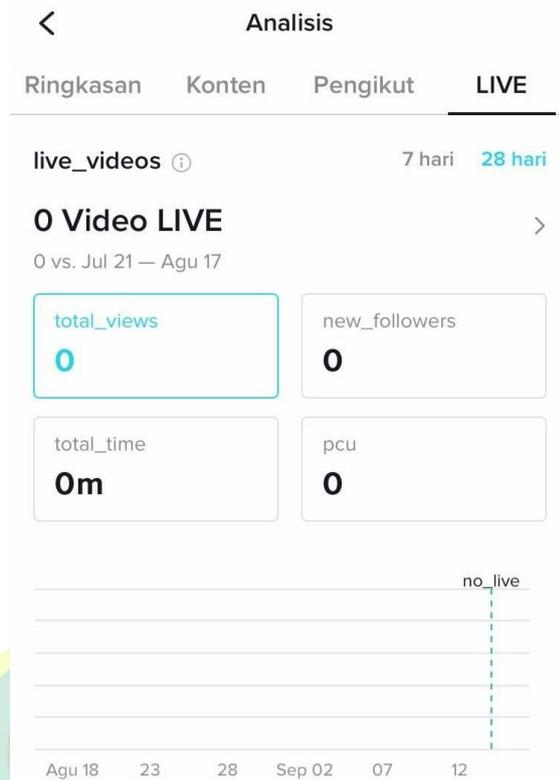
Akun @ikhwanmukhlis_ menargetkan konten dakwahnya untuk semua kalangan , baik untuk laki – laki maupun perempuan. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan gambar analisis dibawah ini.



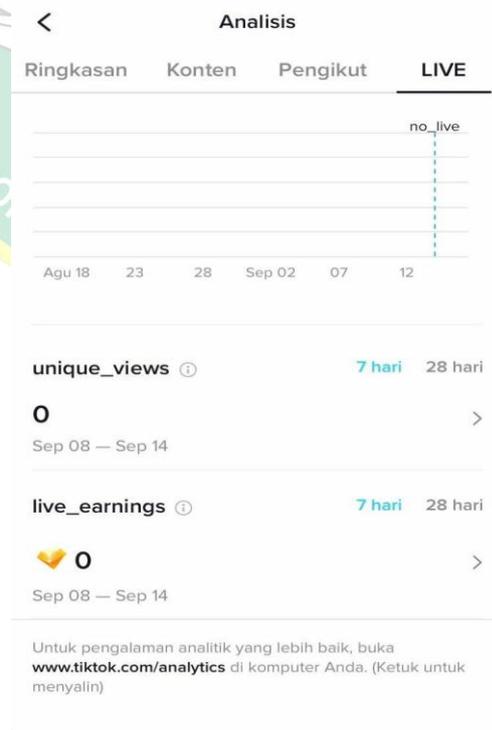
Gambar98 Screenshot analisis pengikut

Sebagaimana terlihat pada gambar diatas, yakni gambar analisis pengikut pada gender dan wilayah teratas sebagai peminat dari postingan konten akun @ikhwanmukhlis_. Analisisnya menunjukkan gender pada *followers* akun @ikhwanmukhlis_ terdiri dari perempuan dan laki – laki. Namun, untuk persentasenya lebih banyak kaum perempuan dengan jumlah 81.1% dibanding kaum laki-laki dengan jumlah 18.9%. hal itu dapat terjadi karena pemilik akun adalah seorang laki-laki dan tentunya jadi daya taik perempuan. Selain itu, pada wilayah teratas, pengikutnya berasal dari wilayah di negara Indonesia dengan persentase lebih besar yaitu 94% dan Malaysia sebanyak 2%. Dengan begitu, pengikutnya lebih banyak adalah warga lokal.

Untuk bagian analisis pada fitur *live*, akun @ikhwanmukhlis_ tercatat memiliki 0 video live terhitung 28 hari terakhir. Dengan total 0 views, 0 new followers, 0m time dan 0 pcu. Hal itu dapat dilihat pada gambar dibawah.



Gambar 10 Screenshot analisis live Tiktok



Gambar 11 Screenshot analisis live Tiktok

Gambar tersebut menunjukkan dengan 0 total seluruh point pada fitur *live*. Hal itu dikarenakan akun @ikhwanmukhlis tidak pernah melakukan siaran langsung atau *live* di akunnya. Yang berarti akun ini hanya memproduksi konten berupa video-video dakwah saja.

B. Pembahasan

1. Alasan Berdakwah Di Tiktok

Pada zaman sekarang, media sosial adalah media yang tidak dapat dipisahkan dengan internet dan kehidupan manusia. Media sosial dapat disimpulkan sebagai sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri dan melakukan interaksi, berbagi, bekerja sama, dan berkomunikasi dengan pengguna lain secara virtual. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberikan kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, dan berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Oleh sebab itu, saat ini banyak hal atau kegiatan yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, seperti yang dilakukan Ikhwan Mukhlis yang memanfaatkan tiktok sebagai media dakwah. Karna, saat ini segala sesuatu lebih mudah dan efisien secara *online* menggunakan media sosial dibanding kegiatan secara *offline*.

Seerti yang diungkapkan oleh Ikhwan Mukhlis terkait alasannya memilih dakwah secara *online* dibanding *offline*,

“Menjangkau semua kalangan dan lebih efisien dalam menyebarkan kebaikan serta mengingatkan sesama muslim”⁷⁶

Ikhwan Mukhlis memilih berdakwah secara *online* dan menggunakan media Tiktok, dengan tujuan supaya orang-orang yang menganut agama Islam bukan hanya tertera pada KTP saja, seperti yang diungkapkan olehnya, yaitu :

“Menebar kebaikan dan mengingatkan kembali kepada generasi muda untuk menjadi Islam yang benar bukan hanya islam di dalam KTP saja”⁷⁷

Ikhwan Mukhlis mengenal Tiktok berawal dari teman-temannya dan fenomena sosial yang terjadi saat ini membuatnya memutuskan berdakwah di Tiktok, seperti yang diungkapkan olehnya.

⁷⁶ Wawancara dengan Ikhwan Mukhlis Pemilik Akun, Purwokerto pada Senin, 30 Agustus 2021

⁷⁷ Ibid.

“Mengenal tiktok dari teman2 yang menjadikan platform ini sebagai ajang memamerkan aurat dan berjoged. Ikhwan juga termotivasi oleh salah satu akun dakwah di Tiktok yaitu milik ra Husein Basyaban yang menebarkan kebaikan dan saling mengingatkan sesama muslim untuk kembali kepada yang haq dan bathil.”⁷⁸

Sehingga hal tersebut memotivasinya untuk berdakwah di Tiktok yang ditujukan kepada semua kalangan terutama generasi muda. Seperti yang diungkapkan olehnya.

“Targetnya adalah semua kalangan terutama generasi muda, karena menurutnya kalau dibiarkan begitu saja maka sosial media akan semakin mudah dalam merusak pemikiran generasi muda yang semakin melenceng jauh dari hukum islam.”⁷⁹

Maka dari itu, karna banyaknya fenomena sosial yang melenceng dari ajaran islam, dan terlihat menjadi suatu kewajaran pada saat ini, Ikhwan Mukhlis berusaha mengarahkan dan mengajak kepada hal yang baik kepada semua orang melalui media sosialnya dengan cara yang ia lakukan, yakni berdakwah menggunakan Tiktok. Terlebih lagi, saat ini bukan saja kalangan remaja dan dewasa yang menggunakan aplikasi Tiktok, melainkan anak-anak pun sudah banyak yang menjadi pengguna aplikasi tersebut. Hal itulah yang paling rentan terkena dampak negatif dari konten media sosial yang tidak tersaring, ditambah lagi jika tidak atau kurang adanya pendampingan dan pengawasan dari orangtua.

2. Proses Pembuatan Konten Tiktok

Seperti pada umumnya, dalam proses produksi video meliputi tiga tahapan, yang biasa disebut dengan *Standard Operation Procedure (SOP)* yakni pra produksi, produksi (yang meliputi pencarian objek), dan pasca produksi (penyuntingan video atau editing, mulai dari pemindahan video ke laptop atau lainnya dan dilanjutkan dengan proses penyuntingan menggunakan aplikasi editing. Video perlu disunting atau diedit agar video menjadi menarik saat dipublikasikan.)⁸⁰

⁷⁸ Wawancara dengan Ikhwan Mukhlis Pemilik Akun, Purwokerto pada Senin, 30 Agustus 2021

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ Faris Yaasir ADY, *Proses Produksi Video untuk Konten Media Sosial di Bagian Humas LLDIKTI III Wilayah Jakarta*, (Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2020), ringkasan.

Pembuatan sebuah program atau konten pada umumnya dapat dibagi melalui siapa yang memproduksi konten tersebut, seperti :

- a. Program atau konten dibuat sendiri (*In-House Production*), seperti program berita (*news programme*) dan program terkait informasi. Contohnya laporan khusus, infotainment, *talk show*, biografi tokoh, *feature*, film dokumenter. Program yang menggunakan studio seperti *game show* juga termasuk program yang dibuat sendiri.
- b. Program atau konten yang dibuat oleh pihak lain, khususnya jenis program hiburan seperti program drama (film, sinetron, telenovela), video klip atau program musik lainnya, *variety show*, *reality show* dan lain-lain.

Suatu konten atau program akan berjalan sesuai rencana yang sudah ditetapkan, baik dengan cara memproduksi program sendiri ataupun mendapatkan dari sumber lain atau membeli.⁸¹

Penjelasan diatas adalah proses pembuatan konten atau program acara yang biasanya ditayangkan di televisi, namun untuk zaman sekarang program-program tersebut sudah dapat di produksi untuk ditayangkan di media sosial. Untuk proses produksi atau pembuatan video di media sosial dengan di televisi ada sedikit yang berbeda, namun tetap melewati tahapan-tahapan produksi pada umumnya, hanya saja medianya yang berbeda. Jika produksi di televisi biasanya harus memenuhi standar yang ada dan sesuai dengan tahapan yang sudah direncanakan sesuai aturan. Sedangkan produksi atau pembuatan video di media sosial dapat dibidang lebih bebas dan fleksibel. Apalagi jika akun media sosial tersebut hanya dikelola secara individu. Seperti yang dilakukan oleh Ikhwan Mukhlis, dalam pembuatan konten dakwah Tiktok yang dilakukan secara individu, artinya bukanlah bersama dengan tim. Seperti penjelasannya,

*“Dilakukan sendiri. Buatan sendiri atas referensi dari kitab dan panduan guru atau ulama”*⁸²

Dari ungkapannya tersebut, dapat disimpulkan bahwa Ikhwan Mukhlis membuat konten dakwah di Tiktok dengan mandiri, artinya mulai dari tahapan persiapan hingga pempublikasian dilakukan seorang diri.

⁸¹ Siti Nurfatihah, Produksi Program Televisi (Studi Kasus Acara *Variety Show* Dahsyat di RCTI), *Skripsi*, (Banten:Universitas Sultan Ageng Tirtayasa,2015), Hlm.30-31 diambil dari [SITI NURFATIHAH - 6662101141 - Copy.pdf \(untirta.ac.id\)](https://siti-nurfatihah-6662101141-copy.pdf) diakses pada 12 Oktober 2021 pukul 15:37 WIB

⁸² Wawancara dengan Ikhwan Mukhlis Pemilik Akun, Purwokerto pada Senin, 30 Agustus 2021

a. Pra-Produksi

Pra-produksi adalah tahapan perencanaan dan persiapan. Pra-produksi bisa diartikan proses yang dilakukan sebelum memulai produksi suatu program atau konten. Tahap pra produksi merupakan kunci keberhasilan dalam produksi. Kesulitan-kesulitan dapat dihindari apabila produksi telah direncanakan dan dirancang dari jauh-jauh hari secara teliti dan hati-hati. Apabila suatu program dijalankan secara tim, maka diperlukan adanya suatu koordinasi serta pembagian *jobdesk* dan tanggung jawab dalam satu tim. Hal itu dilakukan supaya mudah untuk menjalankan produksi karna masing-masing sudah memiliki bagian tugasnya. Serta mudah untuk menemukan solusi atau memecahkan masalah-masalah dan kesulitan-kesulitan yang terjadi.

Namun, berhubungan penelitian ini adalah akun pribadi milik Ikhwan Mukhlis dan juga produksi konten sendiri tanpa tim, maka proses produksinya semua dilakukan dengan mandiri. Jika ia mengalami kesulitan-kesulitan, cara mengatasinya adalah dengan bertanya dengan temannya yang juga merupakan pendakwah (terutama di Tiktok), bertanya kepada Ulama/guru, dan membaca buku/kitab.

Untuk tahap pra-produksi itu sendiri mempunyai tiga bagian, sebagai berikut :

1) Penemuan Ide

Pada tahapan ini yang perlu dilakukan adalah menemukan sebuah ide atau konsep untuk dikembangkan dan mengemasnya secara menarik. Kemudian dilanjutkan dengan riset dan pengembangan konsep atau gagasan. Yang dilakukan Ikhwan Mukhlis pada tahapan ini adalah menentukan ide materi atau tema dakwah yang akan disampaikan dan gambaran pengemasan kontennya yang bagaimana. Hal tersebut seperti yang diungkapkan olehnya.

*“Ya jika memang ada yang viral dan butuh pembenaran maka akan saya angkat tema tersebut. Selain itu, menentukan materi dengan mengangkat tema yang menurut saya sudah melenceng jauh dari hukum islam”.*⁸³

⁸³ Wawancara dengan Ikhwan Mukhlis Pemilik Akun, Purwokerto pada Senin, 15 September 2021

“Membahas isu – isu tentang agama yang sedang diperdebatkan masyarakat dan mencari solusi terbaiknya.”⁸⁴

Ide konten yang akan dibuat biasanya terinspirasi dari konten-konten yang viral atau konten-konten yang sering muncul di berandanya. Misalkan saat ini sedang ramai dipertontonkan pacaran atau kemesraan pasangan kekasih yang statusnya belum menikah, tetapi dengan sadar dan berani mempublikasikan video-video mesra di media sosial. Hal itu bukan hanya sekali atau dua kali ditemukan. Tetapi banyak dan fenomena seperti itu seperti sudah menjadi suatu kewajiban di zaman sekarang. Salah satu contoh fenomena tersebut lah yang dijadikan suatu ide oleh Ikhwan Mukhlis untuk dikembangkan menjadi materi dakwah dan dibuat konten dakwahnya. Ikhwan juga melihat-lihat referensi lain seperti dakwah-dakwahnya Husein Basyaban dan juga para pendakwah Tiktok lainnya. Selain itu juga diperkuat kembali dengan melihat referensi dari buku ataupun kitab-kitab sebagai landasar dasar dan sumber untuk materi yang akan disampaikan.

2) Perencanaan

Perencanaan merupakan proses menindaklanjuti tahap penemuan ide. Tahapan perencanaan ini meliputi pembuatan naskah kasar dari hasil penemuan ide dan pengembangan gagasan, penyempurnaan naskah, menentukan peralatan yang akan dibutuhkan sesuai konsepnya seperti pemilihan kamera, penyelesaian administrasi kontrak dan perijinan, budgeting, penetapan jangka waktu (*time scedule*) untuk pembuatan konten dan pematangan produksi.

Dalam penelitian ini, tahapan perencanaan yang dilakukan Ikhwan Mukhlis adalah menyusun naskah materi yang akan disampaikan lalu meringkasnya. Setelah itu, menentukan konsep konten yang seperti apa yang akan dibuat. Hal itu menyesuaikan dengan materi yang akan disampaikan. Setelah itu merencanakan peralatan yang akan digunakan. Dikarenakan ini adalah pembuatan konten individu, jadi budget yang dikeluarkan tidaklah banyak bahkan hampir tidak ada pengeluaran biaya, kecuali pembelian peralatan untuk pertama kali. Untuk administrasi

⁸⁴ Ibid.

kontrak dan perijinan tidak terlalu menjadi hal yang utama. Hanya saja, jika memang konten yang akan dibuat adalah *merepost* atau mengikuti konten oranglain barulah dilakukan perijinan kepada pemilik konten untuk dijadikan referensi.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan, terkait *time schedule*, Ikhwan Mukhlis menjelaskan waktu yang dibutuhkan untuk membuat konten, menentukan materi dan penguploadan atau publikasian adalah 1-2 jam. Ia juga membuat jadwal penguploadan atau publikasian konten dakwahnya di Tiktok, yaitu produktif setiap hari sabtu/minggu.

“1-2 jam. Produktif di setiap hari sabtu/minggu”

“Mulai dari penentuan materi dan sasaran dakwah, peringkasan materi, pembuatan video dengan materi yang sudah ditentukan, pengeditan video dan upload”.⁸⁵

Namun, berdasarkan dari pengamatan peneliti, konten dakwah yang dipublikasi di akun Tiktok miliknya tidak konsisten di setiap sabtu/minggu. Terkadang pada *weekdays* atau dalam jangka waktu yang lama tidak posting. Dan konten dakwah terakhirnya adalah postingan pada bulan Ramadhan. Hal itu dikarenakan, ia juga melakukan dakwah di media sosial lainnya.

3) Persiapan

Tahapan persiapan ini meliputi penyelesaian materi atau tema dakwah lalu dihafalkan atau dengan teknik lainnya sesuai konsep yang direncanakan. Selain itu, yang dilakukan pada tahapan ini adalah persiapan peralatan dan perlengkapan yang akan digunakan pada proses produksi nanti, seperti kamera dan alat penunjang lainnya sesuai dengan yang sudah direncanakan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pada tahapan ini Ikhwan Mukhlis menyiapkan peralatan yang akan digunakan dalam pembuatan konten, seperti kamera dan pencahayaan. Ia menggunakan kamera *handphone (I-Phone)* dalam pengambilan gambar ataupun videonya dan pencahayaan tambahan menggunakan *ringlight* atau *tumblr*. Untuk materi itu sendiri sudah dipahami agar ketika produksi kontennya

⁸⁵ Wawancara dengan Ikhwan Mukhlis Pemilik Akun, Purwokerto pada Senin, 30 Agustus 2021

sudah tertata sesuai konsep tanpa kendala, meski kesalahan-kesalahan terkadang masih ada.

b) Produksi

Setelah proses pra-produksi telah selesai, maka tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan produksi. Tahap produksi merupakan semua kegiatan pengambilan gambar (*shooting*) baik di dalam studio maupun di luar studio.⁸⁶ Peneliti melihat dari banyaknya konten video yang diposting oleh Ikhwan Mukhlis, rata-rata tempatnya *shooting* nya adalah di dalam kamar.

Pada dasarnya, kegiatan di tahap produksi ini adalah mengambil video dan bahan produksi lainnya yang menjadi penunjang dalam pembuatan konten video, seperti lokasi yang tepat, pencahayaan yang bagus, materi yang sudah disiapkan, dan kamera yang sudah siap untuk *merecord*.

Adapun produksi atau pembuatan konten dakwah yang dibuat oleh Ikhwan Mukhlis pertama – tama adalah mempersiapkan diri, memilih spot atau background yang bagus (biasanya Ikhwan lebih sering *shooting* di dalam kamar yang terlihat seperti studio), mengecek keadaan sekitar apakah ada yang mengganggu, baik suara, maupaun mata, seperti *noise*, sampah ataupun barang-barang yang tidak penting atau tidak pantas untuk tertangkap layar kamera. Setelah itu, memposisikan kamera sesuai dengan sudut yang ingin di *shoot* (biasanya ikhwan memposisikan kamera di depan). Ikhwan menggunakan kamera *handphone* nya dan cahaya tambahan dari lampu *rightlight* atau *tumblr*. Setelah semua siap, mulailah *acting* atau menyampaikan materi/isi kontennya.

Untuk konsep kontennya itu tersendiri, hasil penelitian peneliti terdiri dari dua macam cara. Yang pertama, Ikhwan Muklis inframe kamera secara langsung dan menambahkan teks untuk ayat atau hadis yang disampaikan. Kedua, konten dakwah dibuat dengan menggunakan background atau latar belakang tertentu dan materinya dalam bentuk tulisan. Untuk konsep yang kedua, biasanya cara yang dilakukan adalah Ikhwan menyiapkan background seperti foto yang kemudian isi materi dakwahnya disampaikan dengan cara diketik. Jadi proses cara ini, utuh dengan teknik editing saja. Tidak dengan

⁸⁶ M.A, Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Mengelola Radio dan Televisi*. (Jakarta : Prenada Media Group, 2008). Hlm 271

take video secara langsung. Namun, ada juga salah satu kontennya yang menggunakan cara *inframe* namun ditambahkan efek *background* seperti foto dalam aplikasi editingnya. Lalu ditambahkan kata-kata ataupun teks sesuai materi dakwah yang disampaikan. Setelah proses pembuatan konten dakwahnya selesai, langkah selanjutnya adalah pasca-produksi.

c) Pasca-Produksi

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari proses pembuatan konten video, yakni penyuntingan video. Ikhwan Mukhlis menggunakan kamera *handphone* untuk merekam videonya, dan penyuntingan video menggunakan aplikasi di *handphone* bernama Tiktok dan Capcut⁸⁷. Itu artinya Ikhwan Mukhlis memiliki dua cara dalam proses ini, pertama merekam video di aplikasi Tiktok dan melakukan penyuntingan atau *editing* pada fitur bawaan di aplikasi tersebut, kedua merekam dan mengambil video menggunakan kamera bawaan di *handphone*, lalu menggunakan aplikasi tambahan, yaitu Capcut untuk proses penyuntingan atau *editing*. Setelah penyuntingan selesai, tahap selanjutnya adalah publikasi konten ke media sosialnya, yaitu TikTok.

Pada tahap ini, biasanya editor memilah *shot-shot* dan membangun lagi adegan sesuai dengan alur dari naskah yang telah dirancang. Pada tahap ini, terkadang bisa saja akan berubah total jika ada hal-hal yang kurang pas atau tidak bagus ketika melakukan produksi. Hal yang dilakukan oleh Ikhwan Mukhlis adalah memilah *shot* yang bagus untuk dilanjutkan, membuang bagian-bagian yang tidak penting untuk dilanjutkan ke tahapan editing lainnya. Setelah setelah dipilah, yang dilakukan selanjutnya adalah menambahkan sound. Suara-suara yang direkam pada awal produksi dapat diedit dan dikembangkan kualitasnya agar semakin enak di dengar. Penambahan musik atau lagu juga diperlukan untuk mendukung dan memperbaiki video. Pada tahap ini juga, Ikhwan dapat menambahkan suara atau dapat disebut *dubbing*.

Bersamaan dengan proses editing sound atau suara, juga diperlukan penambahan efek visual. Untuk di aplikasi Tiktok itu sendiri, sudah tersedia bermacam-macam *visual effect* seperti ledakan bom, blur, tv rusak dan lain

⁸⁷ Wawancara dengan Ikhwan Mukhlis Pemilik Akun, Purwokerto pada Senin, 15 September 2021

sebagainya. Hal-hal itu pun perlu dilakukan untuk membuat video menjadi menarik. Selain itu, juga perlu adanya *color grading*. Hal ini supaya menyamakan look video yang sudah dipikirkan dari awal. Antara satu *shot* dengan *shot* lainnya akan disamakan atau dicocokkan warnanya. Misalkan pada salah satu kontennya tentang pelaku maksiat yang mana dalam kontennya menggunakan *background* liang lahat. Maka, untuk *color grading* atau filter warnanya perlu disesuaikan dengan tema atau konsep konten videonya.

Jika semua bagian sudah selesai diedit, maka video yang diproduksi sudah dianggap selesai dan siap untuk dipublikasi.

3. Cara Penentuan Tema Dakwah

Kegiatan dakwah dilakukan untuk mengajak kebaikan dengan bersumber dari Alquran dan hadis sehingga memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. Materi dakwah pun tak kalah pentingnya, karena dengan pemilihan tema atau materi yang tepat akan menarik *mad'u* dan pesan dakwahnya dapat tersampaikan serta diterima dengan baik.

Ikhwan Mukhlis berdakwah di Tiktok dilakukan secara individu. Artinya akun miliknya bukanlah akun lembaga, organisasi ataupun komunitas, melainkan akun pribadi. Pemilihan tema atau materi dakwahnya pun merupakan buatan sendiri dengan melihat referensi dari kitab serta guru atau ulama. Buku atau kitab yang biasanya dijadikan sebagai referensi adalah "*tadzkirotus sami'wal mutakallim, fiqh sulaiman ar rasyid, Bulughul mahram ibnu hajar, dan aqidatul awwam*"⁸⁸, sedangkan guru atau ulama yang menjadi referensi Ikhwan Mukhlis adalah *Al-Habib Ahmed Bafagih*.⁸⁹

Selain itu, Ikhwan Mukhlis juga menyiapkan dan menentukan tema atau materi yang akan dibawa, berdasarkan fenomena yang sedang viral, seperti yang diungkapkan olehnya.

"*Ya jika memang ada yang viral dan butuh pembenaran maka akan saya angkat tema tersebut. Selain itu, menentukan materi dengan mengangkat tema yang menurut saya sudah melenceng jauh dari hukum islam*".⁹⁰

⁸⁸ Ibid.

⁸⁹ Ibid.

⁹⁰ Ibid.

“Membahas isu – isu tentang agama yang sedang diperdebatkan masyarakat dan mencari solusi terbaiknya.”⁹¹

Seperti pada penjelasannya diatas, Ikhwan Mukhlis menentukan dan mengangkat tema atau materi dakwah berdasarkan fenomena yang sedang viral, khususnya fenomena yang menurutnya sudah melenceng jauh dari hukum islam, atau bisa disebut fenomena yang sebenarnya tidak baik ataupun salah, namun menjadi suatu kewajaran di zaman sekarang. Hal itulah yang biasanya Ikhwan Mukhlis jadikan sebuah materi dakwah dengan mengkaji fenomena yang ada dan mencari solusi dengan melihat sumber atau referensi yang jelas dan sesuai berdasarkan kitab yang ia gunakan ataupun berdasarkan ulama yang dijadikannya contoh.

Selain berdasarkan fenomena yang ada dan sedang viral, ia juga membuat materi dakwah terkait komentarnya atau jawabannya dari pertanyaan – pertanyaan yang diajukan oleh *followersnya*.

“Saya tidak melakukan diskusi, namun jika ada pertanyaan yang mampu saya jawab maka saya akan mencoba menjawab”⁹²

Pada Aplikasi Tiktok terdapat salah satu fitur bernama ajukan pertanyaan. Fitur tersebut dapat digunakan sebagai forum tanya jawab bagi *followers* yang ingin bertanya kepada pemilik akun. Ikhwan Mukhlis pun memanfaatkan fitur ajukan pertanyaan untuk *followersnya* dan menjawabnya dengan menggunakan video.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mencoba mengambil contoh tema dakwah yang disampaikan oleh Ikhwan Mukhlis di akun Tiktoknya, pada konten di bulan April 2021. Peneliti mengambil contoh pada bulan tersebut karna pada postingan terakhir miliknya adalah bulan Mei, tetapi pada bulan Mei hanya terdapat 2 konten saja, dan isi dua kontennya adalah ajakan beramal dengan lembaga amal yang diikuti oleh Ikhwan Mukhlis, bernama “Aman Palestine Yogyakarta”. Oleh sebab itu, peneliti mencoba mengambil contoh konten lainnya, yaitu di bulan April 2021. Pada bulan ini, konten yang diposting sebanyak 5 video. Berikut uraiannya :

⁹¹ Ibid.

⁹² Wawancara dengan Ikhwan Mukhlis Pemilik Akun, Purwokerto pada Senin, 30 Agustus 2021

a. Postingan pada Sabtu, 03 April 2021

Konten dakwahnya mengandung materi akhlak, yaitu materi yang membahas terkait tata cara berhubungan, baik secara vertikal dengan Allah SWT ataupun horisontal, sesama manusia dan seluruh makhluk Allah SWT. Pada postingannya ia mengambil tema dakwah, materi akhlak tentang pendosa atau pelaku maksiat, dengan konsep sebuah sindiran halus. Seperti pada teks yang dicantumkan di videonya, "*Guwe yg sering nunda tobat, dan tiba2 bangun udah di alam kubur.*" Dan, perumpamaan "*malaikat munkar dan nakir be like.....*" lalu dijawab, diiringi background yang sedang viral kala itu yaitu sound Panik gaaa? Panik engga? Panik engga ? Paniklah masa engga, dari Ragil. Setelah itu dia menampilkan sumbernya, yaitu HR. Ahmad, 2:165 yang berbunyi "*Celakalah mushirrin yaitu orang yang terus menerus dalam melakukan dosa dan ia dalam keadaan mengetahuinya.*" Untuk pembuatan kontennya, Ikhwan Mukhlis melakukan *take video* dan *inframe* kamera. Ia juga menambahkan *effect* "MyBackground" pada aplikasi Tiktok dengan background foto liang lahat. Hal itu dilakukan supaya mendukung kontennya agar semakin menarik.

Postingan tersebut diupload dengan *caption* "*Para pelaku maksiat can relate*" itu memiliki *viewers* sebanyak 58.5K dengan 13.6k, 105 *comment* dan 283 *share*. Dengan materi dakwah dan konsep kontennya yang seperti itu, pesan dakwah yang ingin disampaikan olehnya adalah tentang orang yang melakukan dosa dan sadar akan dosa yang dilakukan, namun tetap dilakukan, maka kelak akan celaka. Apalagi jika selalu menunda untuk berbuat tobat. Maka, selagi kita masih memiliki umur yang panjang dan sehat wal afiat jauhilah hal-hal yang memang dilarang oleh Allah SWT, karena umur tidak ada yang tahu. Bagaimana jika ketika terbangun dari tidur ternyata sudah dalam keadaan meninggal dan belum tobat.

b. Postingan pada Kamis, 08 April 2021

Konten dakwahnya mengandung materi akhlak, yaitu materi yang membahas terkait tata cara berhubungan, baik secara vertikal dengan Allah SWT ataupun horisontal, sesama manusia dan seluruh makhluk Allah SWT. Pada postingannya ia mengambil tema dakwah, materi akhlak tentang pacaran. Dalam kontennya, ia berperan sebagai dua orang. Peran pertama adalah

seseorang yang memiliki keinginan untuk pacaran dan peran satunya adalah mengingatkan bahwa pacaran itu tidak baik. Seperti teks pada video kontennya yaitu “*Kayaknya Gue Gak Kuat, Pengen Punya pacar*” lalu disambung dengan “*Istighfar, Ingat Al-Isra 32*” Lalu disambung lagi, “*Syukron Akhi, Semangat Jomblo Sampe Halal*”.

Pada konten ini cara produksi konten videonya adalah *inframe* dan *acting* mengikuti sound, namun hanya teksnya saja yang diganti. Teksnya ditulis seolah-olah peran seseorang yang bilang ke temannya ingin pacaran, namun disadarkan oleh temannya dengan mengingatkannya dengan sebuah ayat, yakni QS.AL-Isra ayat 32.

وَلَا تَقْرُبُوا الزَّانِيَ أَطْرَافَهُ كَانَ فُحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا

Artinya:

“*Dan janganlah kamu mendekati zina, sesungguhnya zina itu adalah perbuatan yang keji. Dan suatu jalan yang buruk*”

Video nya dikemas dengan cara kreatif, dengan menambahkan *effect action lines* dan backsound anime yang berjudul Besuto Furendo dari Laurence Antony. Dengan caption “*Yang sabar jomblo~*” videonya mendapatkan *view* sebanyak 41.K tayangan dengan jumlah 7285 likes, 106 Komentar dan 161 *share*.

Pesan dakwah yang disampaikan oleh Ikhwan Mukhlis dalam postingannya ini adalah larangan berpacaran, karena sama saja dengan mendekati zina. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS.AL-Isra ayat 32 diatas yang menjelaskan larangan untuk mendekati zina, karena itu adalah perbuatan yang tidak baik dan buruk. Dalam kontennya ini, seperti yang dijelaskan oleh peneliti pada bagian penemuan ide konten, bahwa Ikhwan Mukhlis menemukan ide konten salah satunya dengan melihat video-video viral di beranda Tiktoknya, seperti tentang pacaran yang baginya itu adalah keresahan dan fenomena kewajaran pada suatu hal yang sebenarnya tidak baik, namun dinormalisasikan di zaman sekarang.

c. Postingan pada Kamis, 15 April 2021

Pada konten dakwahnya, Ikhwan membawa tema pacaran. Yang mana tema tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam materi akhlak dalam dakwah.

Materi akhlak, yaitu materi yang membahas terkait tata cara berhubungan, sikap atau perilaku baik secara vertikal dengan Allah SWT ataupun horizontal, sesama manusia dan seluruh makhluk Allah SWT. Konsep kontennya adalah dengan cara POV (*Point On View*), artinya penonton diajak untuk berandai-andai atau seperti perumpamaan. Dalam videonya, Ikhwan beracting sedang merenungkan sesuatu dengan menambahkan teks, “*Aku minta putus aja, aku pengen hijrah*” lalu dilanjutkan dengan mengingatkan para penonton dengan gerakan menatap kamera dan menambahkan teks, “*Hijrah itu mencari guru atau mahram untuk membimbing, Bukan mencari pacar yang lebih baik/sholeh dari sebelumnya*” diakhir ia juga menambahkan teks “*Talbis itu sangat luar biasa! Jangan sampai tertipu atau malah menyesal nantinya*” dan ditambahkan emot sedih. Dengan caption “*MuslimIndonesiaTanpaPacaran*” dan emot tersenyum, videonya tersebut mendapat *view* sebanyak 23.8K dan like sebanyak 5160 suka, 68 komentar dan 75 *share*.

Pesan dakwah yang ingin disampaikan oleh Ikhwan Mukhlis adalah untuk mengingatkan penonton atau meluruskan terkait orang yang memutuskan untuk berhenti pacaran dengan alasan hijrah, biasanya hanya dijadikan suatu alasan agar putus dari pacarnya, dengan maksud ingin mencari yang baru. Disini Ikhwan mengingatkan jika ingin hijrah luruskan niat untuk benar-benar memperbaiki diri. Jangan sampai menjadi talbis. Talbis itu adalah menampakkan keburukan dalam rupa kebaikan. Maksudnya adalah seseorang yang menilai dirinya sudah melakukan kebaikan padahal sebenarnya ia sedang melakukan kebatilan atau kemungkaran kepada Allah. Maka dari itu, dengan banyaknya fenomena yang terjadi, Ikhwan Mukhlis berusaha mengangkat materi ini untuk dijadikan konten supaya para penonton khususnya generasi milenial supaya tidak masuk kepada tipu daya atau perangkap iblis, yang menjadikan dirinya talbis.

d. Postingan pada Kamis, 16 April 2021

Konten dakwah yang dibuat oleh Ikhwan Mukhlis kali ini adalah tentang ajakan sedekah. Yang mana tema sedekah dapat diklasifikasikan kedalam materi akhlak. Materi akhlak, yaitu materi yang membahas terkait tata cara berhubungan, sikap atau perilaku baik secara vertikal dengan Allah SWT ataupun horizontal, sesama manusia dan seluruh makhluk Allah SWT.

Konsep kontennya adalah menjelaskan tentang amalan kecil namun pahalanya luar biasa.

Dalam videonya, ikhwan memaparkan, *“Assalamu’alaikum wr.wb nah mumpung sekarang lagi di bulan Ramadhan itu bulan yang diman abanyak sekali beribu keutamaan di dalamnya, pahala dilipatgandakan, pintu taubat dibuka, bahkan segala rahmat dan ampunan Allah SWT itu memenuhi ruang dan waktu, MasyaAllah. Nah salah satu pintu yang dibuka oleh Allah untuk meraih keuntungan besar di bulan Ramadhan adalah bersodaqoh atau memberi makan orang yang berpuasa. Bahkan dalam hadist riwayat Imam Ahmad, ”Siapa memberi makan orang yang berpuasa maka baginya pahala seperti orang yang berpuasa, tanpa mengurangi pahala orang yang berpuasa tersebut sedikit pun juga”(HR.Ahmad 5:192). Nah dibulan yang sangat luar biasa ini, aku ada challenges buat kalian. Nah ini challengesnya 456 challenges. Kalian akan bersodaqoh setiap harinya selama 30 hari, untuk teman-temankita yang membutuhkan terutama di Palestina. Gampang caranya, setiap hari tuh. Eeeee.. hari pertama seribu, hari kedua dua ribu, seterusnya sampai hari ke 30 yang jumlahnya adalah Rp. 456.000. linknya di bio aku.”*

Dalam konten dakwahnya kali ini, Ikhwan Mukhlis mengadakan *challenges* atau tantangan bagi para *followersnya* ataupun penontonnya untuk bersedekah selama 30 hari melalui lembaga yang diikutinya yaitu Aman Palestin. Ia menjelaskan banyaknya pahala yang didapat jika kita melakukan amalan di bulan Ramadhan salah satunya dengan beramal.

Dengan captionnya *“Sedekah tidak pernah membuatmu miskin”*, videonya tersebut mendapatkan *views* sebanyak 10.2K, 1325 *likes*, 14 komentar, dan 14 *share*. Meski terkesan seperti promosi program dari lembaganya, namun pesan dakwah yang dapat diambil adalah dengan pentingnya berbagi sesama manusia, apalagi di bulan Ramadhan. Dimana bulan yang penuh dengan keutamaan dan pahala yang berlimpah. Banyak orang yang berlomba-lomba mengamalkan kebaikan di bulan ini. Dan Ikhwan mengajak penontonnya untuk melakukan sedekah, karna dengan sedekah tidak akan membuat orang menjadi miskin, tetapi akan dilipatgandakan nilainya oleh Allah SWT.

e. Potingan pada Kamis, 22 April 2021

Pada konten dakwahnya, Ikhwan membawa tema pacaran. Yang mana tema tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam materi akhlak dalam dakwah. Materi akhlak, yaitu materi yang membahas terkait tata cara berhubungan, sikap atau perilaku baik secara vertikal dengan Allah SWT ataupun horisontal, sesama manusia dan seluruh makhluk Allah SWT. Konsep kontennya adalah dengan cara memberikan respon tentang ucapan temannya soal pacaran.

Dalam videonya, Ikhwan beracting seperti sedang mendengarkan temannya yang berbicara, disertakan teksnya, *"Friends said : Gua yg pacaran bertahun tahun aja gajadi nikah, apalagi elu yg gak pake pacaran??"* setelah itu responnya Ikhwan mengikuti sound yang dipakai yaitu musik dari Caroline-Amine, dimana pertengahan musik seperti terdapat efek suara batuk kecil. Disini ikhwan jadikan sebagai responnya terhadap ucapan temannya dengan batuk kecil dan menambahkan teks, *"itu temen or syaiton"*.

Dengan caption *"Karena cinta datang setelah akad, ya ga si?"* ini mendapatkan *views* sebanyak 67.3K, 9379 *likes*, 158 komentar, dan 53 *share*. Pesan dakwah yang ingin disampaikan olehnya melalui kontennya ini adalah memberitahu kepada penonton bahwa pacaran itu tidak menjamin akan sampai ketahap nikah. Dan nikah itu adalah ibadah, jika diawal dijalankan dengan cara yang salah yaitu pacaran, perlu dipertanyakan cintanya seperti apa? Apa cinta karena Allah atau karena nafsu semata. Dan Ikhwan Mukhlis mengungkapkan bahwa cinta itu datang setelah akad. Karena pacaran setelah menikah rasanya lebih indah. Jadi jangan sampai terpengaruh dengan kata-kata teman terkait nikah harus pacaran terlebih dahulu.

Dari tema dakwah yang peneliti contohkan diatas, berdasarkan konten dakwah Tiktok milik Ikhwan Mukhlis pada bulan April 2021, semuanya adalah materi terkait materi akhlak. Hal tersebut didasari dengan perubahan zaman sekarang yang mana banyak orang yang kurang melakukan penerapan akhlak yang baik. Dan banyak konten-konten di media sosial, salah satunya Tiktok yang mempertontonkan contoh yang tidak baik. Seperti mengumbar kemesraan berpacaran, bahkan hal itu banyak yang dilakukan mulai dari anak-anak kecil.

Fenomena tersebut di zaman sekarang sudah menjadi hal yang dinormalisasikan oleh kebanyakan orang dan juga menjadi hal yang wajar.

Contoh-contoh konten keuwuan tersebut yang seharusnya tidak dipublikasikan, karna tidak baik, tetapi menjadi suara trend yang sering diikuti oleh banyak orang. Sebenarnya, tidak hanya materi akhlak saja yang diangkat oleh Ikhwan Mukhlis dalam dakwah Tiktoknya, banyak juga materi dakwah lainnya yang diangkat, seperti terkait tata cara sholat taubat, sholat tahajud, berwudhu yang sempurna, amalan-amalan do'a saat sujud, tata cara mandi wajib dan lain sebagainya. Namun, disini peneliti hanya memberikan contoh postingan kontennya di bulan April 2021. Yang mana hanya terdapat 5 video dan semuanya adalah materi akhlak.

Dalam proses berdakwah di era serba digital ini tentunya tidak selalu berjalan lurus dan manis. Terkadang banyak tantangan yang perlu dihadapi. Begitupun yang dirasakan oleh Ikhwan Mukhlis.

“Pengalaman pahit berdakwah di sosial media adalah banyaknya hate dari netizen yg seolah olah membenarkan sesuatu yg batil atau hal sudah jelas keharamannya, pengalaman manis berdakwah di media sosial adalah banyaknya manfaat yang di dapat terutama untuk kalangan remaja masa kini”⁹³

Seperti ungapannya, selama Ikhwan Mukhlis mensyiarkan ajaran agama islam dengan membuat konten-konten dakwah di media sosialnya, banyak *hate* atau komentar negatif dari netizen terhadap dakwahnya. Namun tidak sedikit pula yang berkomentar positif serta mendukung dakwah yang dilakukan oleh Ikhwan Mukhlis. Ia juga mengungkapkan bahwa algoritma Tiktok yang tidak stabil juga menjadi kendala dan salah satu faktor penghambat baginya dalam berdakwah di media sosial, Tiktok.⁹⁴

⁹³ Wawancara dengan Ikhwan Mukhlis Pemilik Akun, Purwokerto pada Senin, 18 Agustus 2021

⁹⁴ Wawancara dengan Ikhwan Mukhlis Pemilik Akun, Purwokerto pada Senin, 30 Agustus 2021

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dari penelitian serta analisis temuan data terkait pemanfaatan media tiktok sebagai media dakwah oleh Ikhwan Mukhlis. Maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu :

1. Alasan Ikhwan Mukhlis menggunakan media Tiktok sebagai media dakwahnya karena menurutnya lebih mudah sampai kepada target yang dituju dan diterima di kalangan remaja. Mengingat bahwa aplikasi Tiktok menjadi salah satu aplikasi favorite dan *booming* pada saat ini. Kegiatan dakwah di Tiktok yang dilakukan olehnya karena keresahannya terhadap hal-hal menyimpang yang terjadi di lingkungan sosialnya yang menjadi suatu kewajaran oleh generasi milenial. Selain itu Ikhwan Mukhlis juga termotivasi dari salah satu temannya yang bernama Husein Basyaban yang menjadi pendakwah terkenal di dunia Tiktok.
2. Proses pembuatan konten Tiktok oleh Ikhwan Mukhlis pada dasarnya sama dengan proses produksi biasanya, yaitu : (1) Menyiapkan peralatan yang akan digunakan. Disini peralatan yang disiapkan oleh Ikhwan Mukhlis adalah kamera *handphone* dan pencahayaan; (2) Menentukan materi. Ikhwan Mukhlis juga mencantumkan sumber seperti ayat maupun hadis pada materinya; (3) Menyiapkan dan peringkasan materi; (4) produksi pembuatan video. Ikhwan Mukhlis melakukan *shooting* lebih sering di dalam kamar dengan pencahayaan tambahan; (5) Penyuntingan atau editing video. Dari hasil penelitian, Ikhwan melakukan penyuntingan atau edit video menggunakan aplikasi di *handphone* bernama Capcut, namun terkadang ia juga langsung *merocord* dan mengedit videonya dari aplikasi Tiktoknya; (6) Publikasi. Setelah selesai proses penyuntingan, video diupload dengan caption yang mendukung dan sesuai dengan konten atau materi dakwahnya.
3. Penentuan materi atau tema dakwah yang akan dibawa oleh Ikhwan Mukhlis berdasarkan fenomena yang sedang terjadi atau viral, selain itu juga yang menurutnya suatu fenomena yang sekiranya perlu pembenaran, terutama hal-

hal yang sudah melenceng jauh dari hukum islam yang menjadi suatu kewajaran di masa sekarang dengan bersumber kepada kitab yang digunakan sebagai referensi pembuatan materi, seperti kitab *Tadzkirotus sami'wal mutakallim*, *fiqh sulaiman ar-rasyid*, *Bulughul Mahram Ibnu Hajar*, dan *Aqidatul Awwam* serta referensi tokohnya adalah Al-Habib Ahmed Bafagih.

Penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan sebuah kontribusi bagi para pelaku produksi konten khususnya konten dakwah dan menjadi gambaran terkait berdakwah di media sosial dan cara memproduksi sebuah konten dakwah melalui media Tiktok.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mempunyai beberapa saran sebagai berikut :

1. Ikhwan Mukhlis

Semoga tetap konsisten dalam membuat konten, lebih kreatif dan beragam untuk mengangkat fenomena atau isu yang ada menjadi sebuah tema dakwah, dan mengemasnya dengan lebih menarik. Mengajak sasaran dakwahnya untuk berkontribusi pada tema yang akan diangkat.

2. *Followers* dan *Viewers*

Semoga dengan adanya dakwah di sosial media Tiktok, memudahkan *followers* untuk menemukan jati diri dan menyelesaikan permasalahannya sesuai dengan hukum Islam.

3. Pembaca

Dengan adanya penelitian ini, semoga dapat dijadikan referensi untuk penelitian kedepannya. Khususnya untuk mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam atau sejenisnya agar memahami proses produksi yang terjadi dalam sebuah media, terutama media sosial. Penelitian ini juga semoga dapat dilanjutkan dan diperkaya kembali literatur – literatur kajian literasi produksi pembuatan konten dakwah melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Gani, Muhammad. 1984. *Cita Dasar dan Pola Perjuangan Syariat Islam*. Jakarta : Bulan Bintang
- ADY, Faris Yaasir. 2020. *Proses Produksi Video untuk Konten Media Sosial di Bagian Humas LLDIKTI III Wilayah Jakarta*. Bogor : Institut Pertanian Bogor
- Agama RI, Departemen. 2010. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung : Syaamil Qur'an. 2010
- Amelia, Riska. 2021. *Pesan Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten Tiktok*. Skripsi Online. Jambi : UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Diambil dari [PESAN DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DALAM KONTEN TIKTOK - Repository UIN JAMBI](#) diakses pada 26 Juli 2021 pukul 16 : 54 WIB
- Amin, Masyur. 1980. *Metode Dakwah Islam dan Beberapa Keputusan Pemerintah tentang Aktivitas Keagamaan*. Yogyakarta : Sumbangih
- Atik H, Sholihatul , Luluk Farida. 2021. *Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang*. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. P-ISSN : 2721-964X / E-ISSN : 2721-9631 Volume 2 Nomor 1 Januari 2021 : 4. Malang : Rumah Jurnal Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang. Diambil dari [View of PEMANFAATAN MEDIA TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI DOSEN IAI SUNAN KALIJOGO MALANG \(iaiskjmalang.ac.id\)](#) diakses tanggal 20 Febuari 2021, pukul 16.17 WIB
- Aziz , Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media
- Azwar, Saifuddin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Basit, Abdul. 2007. *Epistemologi Dakwah Fardiyah dalam perspektif Komunikasi Antar Pribadi*. KOMUNIKA : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Vol 1 No 1 Januari – Juni 2007 ISSN : 1978 1261. Purwokerto : STAIN Purwokerto. Diambil dari [EPISTEMOLOGI DAKWAH FARDIYAH DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI | KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi \(iainpurwokerto.ac.id\)](#) diakses pada 25 Juli 2021 pukul 12:51
- Basit, Abdul. 2017. *Filsafat Dakwah*. Depok : PT Raja Grafindo Persada
- Darsam. *Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @taubatters)*. Skripsi (online). Palopo : Institut Agama Islam Negeri Palopo. Diambil dari [DARSAM_15_0104_0007_2019_+.pdf \(iainpalopo.ac.id\)](#) , diakses pada 22 Febuari 2021 pukul 15 : 22 WIB
- Draft, Klaus Kripper. 1993. *Analisis Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta : Raja Grapindo Persada
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu – Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta : Pranadamedia Group

- Fatihudin, Didin dkk, 2020. *Kapita Selekta Metodologi Penelitian*. Surabaya : Qiara Media
- Firdaus dan Zamzam, Fakhry. 2018. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Deepublish
- Fitrah , Muh. dan Luthfiyah. 2017. *Metode Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi : Jejak
- Gusfahmi. 2011. *Pajak Menurut Syari'ah*. Jakarta: Rajawali Press
- Halim, Fitria, Sherly, Acai Sudirman. 2020. *Marketing dan Media Sosial*. Bandung : Media Sains Indonesia
- Hanbal, Ahmad bin. 1936. *Mu'jam al-Mufahras li al-fazi al-hadis al-Nabawi, Juz I*. Leden :Maktab Baril
- Hasan, Hohammad. 2013. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya : Pena Salsabila
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung; Remaja Rosdakarya
- Ismail, 2006. *Paradigma Dakwah Syyid Quthub*. Jakarta : Pena Madani
- Jumroni. 2006. *Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Lembaga Penelitian UIN Press
- Lalu Muchsin, Faizah. 2018. *Psikologi Dakwah*. Jakarta : Pranadamedia Group
- Landasari, Desy Ika Susila. 2013. Pemanfaatan Media Sosial di Kalangan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Studi Pada Anggota DPRD Kabupaten Gresik Periode 2009-2014). *Skripsi*. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang. Diambil dari [PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH \(Studi Pada Anggota DPRD Kabupaten Gresik Periode 2009-2014\) - UMM Institutional Repository](#)
- Lubis, Basrah. 1993. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta : CV.Turnisa
- Malihah, Niswatul. 2019. *Tiktok Dalam perspektif Al-Qur'an*. Jurnal At – Tahfidz : Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Vol.1 No.01 Juli – Desember 2019. Indrayala : STTI Al – Qur'an Al – Ittifaqiah. Diambil dari [TIKTOK DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN | Malihah | Jurnal AT TAHFIZH \(stitqi.ac.id\)](#) , diakses pada 22 Febuari 2021 pukul 19 : 46 WIB
- Muchsin, Lalu, Faizah. 2017. *Psikologi Dakwah*. Jakarta : Pranadamedia Group
- Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Al-Sheikh, Abdullah bin. 2004. *Tafsir Ibnu Katsir, terj. M. Abdul Ghoffar E.M, vol. 2*. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i
- Munir Amin, Samsul. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Munir dan Wahyu Ilaihi, Muhammad. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana

- Musfirowati Hanika, Ita. 2015. *"Fenomena Phubbing Di Era Milenia (Keterangan Seseorang Pada Smartphone Terhadap Lingkungannya"*. Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi 4 No.1
- Nugroho Aji, Wisnu . 2018. *Aplikasi Tiktok sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. PIBSI 40 UNIKAL 2018* ISBN : 978-602-6779-21-2. Klaten : Unikal Press. Diambil dari [APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA | PERTEMUAN ILMIAH BAHASA DAN SASTRA INDONESIA \(PIBSI\) \(unikal.ac.id\)](http://unikal.ac.id) diakses pada 26 Juli 2021 pukul 17:29 WIB
- Nuranisa. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok terhadap Promosi Kesehatan di Lingkup Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Palu*. Skripsi Online. Palu : Universitas Muhammadiyah Palu. Diambil dari [NURANISA20200327-51203-vnjspg.pdf \(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net\)](http://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net) diakses pada 26 Juli 2021 pukul 16 : 17 WIB
- Nurasih, Wiji. 2020. *Islam dan Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Milenial* : Telaah Surat Al-‘Asr, *Al-mishbah Vol 16 No.1 Januari – Juni 2020*. Sungai Penuh : IAIN Kerinci. Diambil dari [View of ISLAM DAN ETIKA BERMEDIA SOSIAL BAGI GENERASI MILENIAL: TELAHAH SURAT AL-‘ASR \(almishbahjurnal.com\)](http://almishbahjurnal.com) pada 11 Agustus 2021 pukul 21:30
- Pattaling. 2013. *Problematika Dakwah dan Hubungannya dengan Unsur – Unsur Dakwah, FARABI*. Vol 10 No 2. Gorontalo : Farabi. Diambil dari [PROBLEMATIKA DAKWAH DAN HUBUNGANNYA DENGAN UNSUR-UNSUR DAKWAH | Farabi \(iaingorontalo.ac.id\)](http://iaingorontalo.ac.id) diakses pada 27 Juli 2021 pukul 17:32 WIB
- Prima, Togi. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Pencegahan Corona Covid – 19*. Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 5 No 2 Juni 2020 ISSN : 2614-4956. Jakarta : Universitas Budi Luhur. Diambil dari [View of PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIK TOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN DI INDONESIA UNTUK MENEGAH COVID-19 \(univrab.ac.id\)](http://univrab.ac.id) diakses pada 26 Juli 2021 pukul 17 : 08 WIB
- Qadaruddin Abdulla, Dr. Muhammad. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Pasuruan : Qiara Media
- Quraisyiah, Farwah. 2014. *Pemikiran Dakwah Habib Muhammad Rizieq Husein Shihab, MA*. Skripsi Online. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah. Diambil dari [Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Pemikiran Dakwah Habib Muhammad Rizieq Husein Syihab, Ma \(uinjkt.ac.id\)](http://uinjkt.ac.id) diakses pada 27 Juli 2021 pukul 20:00 WIB
- Rahmat, Jalaluddin. 1982. *Retorika Modern, Sebuah Kerangka Teori dan Praktik Berpidato*. Bandung : Akademika
- Randani, Yulia. 2021. *Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah untuk Kaum Milenial, Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab*, Vol.3, Nomor 1, Agustus-Januari,2021 ISSN : 2685-8924. E-ISSN : 2685-8681. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia. Diambil dari [STRATEGI PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH UNTUK KAUM MILENIAL | Randani | at-thullab](http://at-thullab)

[Jurnal Mahasiswa Studi Islam \(uii.ac.id\)](http://uii.ac.id) diakses tanggal 26 Oktober 2021 pukul 15.45 WIB

- Rijali, Ahmad. 2018. Analisis Data Kualitatif, *Jurnal Alhadrah* Vol.17 No.33 Januari-Juni 21018. Banjarmasin : UIN Antasari Banjarmasin. Diambil dari [\(PDF\) ANALISIS DATA KUALITATIF \(researchgate.net\)](#)
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*, Yogyakarta : Deepublish
- Said, Muhazzab. 2013. *Efektivitas Dakwah di Lembaga Per masyarakatan*. Palopo Sulawesi Selatan, Kampus(LPK)
- Saputra, Wahidin . 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Secsio, Wilga. 2016. R.Nunung & Meilanny, Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja, *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol 3, No 1 ISSN : 2581-1126. Bandung : Departemen Kesejahteraan Sosial. Diambil dari [PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA | Putri | Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat \(unpad.ac.id\)](#) diakses pada 27 Juli 2021 pukul 22 : 44 WIB
- Soejono dan Abdurrahman. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta : PT. Rhieneka Cipta
- Sugeng, Anang. 2016. *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal PUBLICIANA Vol 9 No.1. Tulungagung : FISIP UNITA. Diambil dari [PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA | Jurnal PUBLICIANA \(unita.ac.id\)](#) diakses pada 27 Juli 2021 pukul 23:17 WIB
- Sugiono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sagiyanto , Asriyani dan Nina Ardiyanti. 2018. *Self Disclosure* melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Anggota Galeri Quote), *Nyimak Journal of Communication* Vol.2, No.1 April 2018,pp.81-94 P-ISSN 2580-3808, E-ISSN 2580-3832, (Tangerang : Universitas Muhammadiyah Tangerang, 2018), Hlm 86, diambil dari [687-1659-1-PB.pdf](#)
- Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Sumadiria, A.S Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Susilowati. 2018. *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @bowo_allpennliebe)*. Jurnal Komunikasi Volume 9 No 2 September 2018 P-ISSN 2086-6178 E-ISSN 2579-3292. Jakarta : LPPM Universitas Bina Sarana Informatika. Diambil dari [Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram \(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe\) | Susilowati | Jurnal Komunikasi \(bsi.ac.id\)](#) diakses pada 26 Juli 2021 pukul 16:24 WIB
- Syukir, Asmuni. 1999. *M.Natsir Dakwah dan Pemikirannya*. Jakarta : Gema Insani Press

Tri Yulianto, Rifan. 2020. *Dakwah Digital : Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @EDHNX*. Skripsi (Online). Purwokerto : IAIN Purwokerto. Diambil dari [Rifan Tri Yulianto Dakwah Digital; Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @Edhnx.pdf \(iainpurwokerto.ac.id\)](#) , diakses pada 22 Febuari 2021 pukul 13:31 WIB

Ummah, Athik Hidayatul. *Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)*. Skripsi (Online). Mataram : Universitas Islam Negeri Mataram. Diambil dari [View of DAKWAH DIGITAL DAN GENERASI MILENIAL \(Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara\) \(uinmataram.ac.id\)](#) , Diakses pada 22 Febuari 2021 pukul 13 : 52 WIB

Wibowo, Adi . 2019. “*Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital*”. Jurnal Islam Nusantara 3, no. 2 Yogyakarta : Deepublish

Wijaya, Hengki. 2018. *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*. Makassar : Sekolah Tinggi Theologi Jaffray

Widiawati, Rahel. 2015. *Media Sosial dan Ekonomi Industri Kecil : Sebuah Studi Kualitatif*.



LAMPIRAN – LAMPIRAN

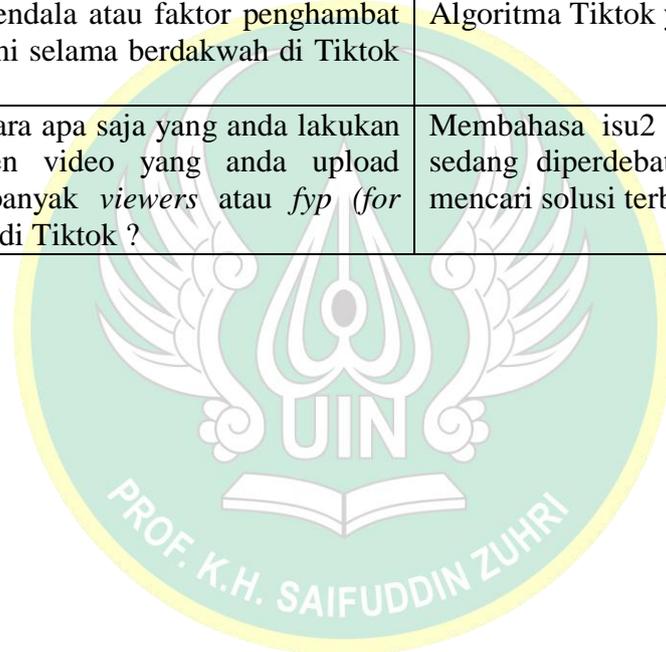


Lampiran 1

Hasil Wawancara dengan Ikhwan Mukhlis

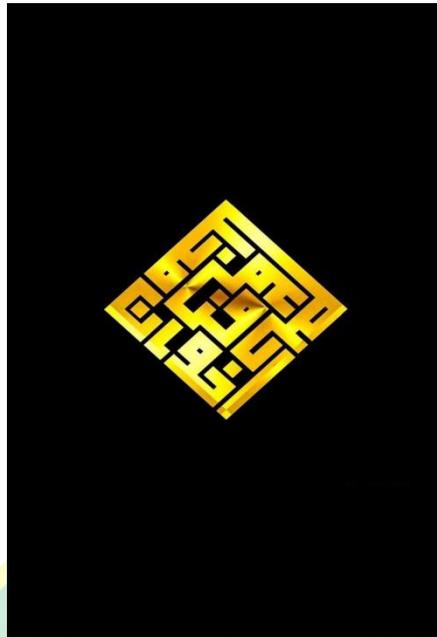
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Mengapa anda memilih dakwah secara online dibanding offline ?	Menjangkau semua kalangan dan lebih efisien dalam menyebarkan kebaikan sera mengingatkan sesama muslim
2	Sejak kapan anda mulai menggunakan Tiktok untuk berdakwah ?	Tahun 2020 awal
3	Bagaimana proses anda bisa mengenal Tiktok hingga bisa berdakwah di Tiktok	Mengenal Tiktok dari teman2 yg menjadikan platform ini sebagai ajang memamerkan aurat dan berjoged, sehingga awal mula ide berdakwah adalah dari konten ra Husein Basyaiban yang sangat memotivasi saya untuk menebar kebaikan dan saling mengingatkan sesama muslim untuk kembali kepada yg haq dan bathil
4	Apa tujuan (visi&misi) anda berdakwah di media Tiktok ?	Menebar kebaikan dan mengingatkan kembali kepada generasi muda untuk menjadi Islam yang benar bukan hanya Islam di dalam KTP saja
5	Siapa Target atau sasaran dakwahnya ? Mengapa ?	Semua kalangan terutama generasi muda, karena kalau dibiarkan begitu saja maka sosial media akan semakin mudah dalam merusak pemikiran generasi muda yang semakin melenceng jauh dari hukum islam
6	Apakah konten dakwah yang anda upload buatan sendiri atau <i>repost</i> dari orang lain ?	Buatan sendiri atas referensi dari kitab dan panduan guru atau ulama
7	Biasanya buku atau Kitab apa yang anda pakai sebagai referensi dalam pembuatan atau penulisan materi ?	<i>Tadzkirotus sami'wal mutakallim, Fiqh sulaiman ar-rasyid, Bulughul mahram ibnu hajar, Aqidatul Awwam</i>
8	Guru atau Ulama siapakah yang menjadi sumber referensi anda dalam pembuatan materi ?	Al-Habib Ahmed Bafagih
9	Apa saja langkah-langkah yang dilakukan dalam berdakwah di Tiktok mulai dari pembuatan konten sampai pengupload-an konten ?	Mulai dari penentuan materi dan sasaran dakwah, peringkasan materi, pembuatan video dengan materi yang sudah ditentukan, pengeditan video dan upload
10	Bagaimana anda menentukan tema atau materi dakwah yang akan diangkat di setiap video yang akan dibuat ?	ya jika memang ada yg viral dan butuh pembenaran maka akan saya angkat tema tsb, selain itu memutuskan materi dengan mengangkat tema yg menurut saya sudah melenceng jauh dari hukum islam
11	Kamera apakah yang anda gunakan untuk pengambilan video ?	<i>Handphone (I-Phone)</i>

12	Aplikasi editing apakah yang anda gunakan dalam mengedit video ?	Tiktok dan Capcut
13	Biasanya butuh berapa lama anda melakukan proses produksi konten mulai dari penentuan materi hingga pengupload-an atau publikasian video ?	1-2 jam
14	Apakah anda membuat jadwal penguploadan konten dakwah di Tiktok ? Jika iya, kapan saja ?	Produktif di setiap hari sabtu / minggu
15	Fitur apa saja yang anda gunakan untuk berdakwah di Tiktok dan apakah anda melakukan tanya jawab atau diskusi di Tiktok ?	Saya tidak melakukan diskusi namun jika ada pertanyaan yang mampu saya jawab maka saya akan mencoba menjawab
16	Menurut anda, apa kelebihan berdakwah di media Tiktok	Lebih mudah untuk sampai kepada target yg dituju dan bisa diterima di kalangan remaja
17	Apa saja kendala atau faktor penghambat yang dialami selama berdakwah di Tiktok ?	Algoritma Tiktok yang tidak stabil
18	Trik atau cara apa saja yang anda lakukan agar konten video yang anda upload memiliki banyak <i>viewers</i> atau <i>fyp (for your page)</i> di Tiktok ?	Membahasa isu2 tentang agama yang sedang diperdebatkan masyarakat dan mencari solusi terbaiknya.

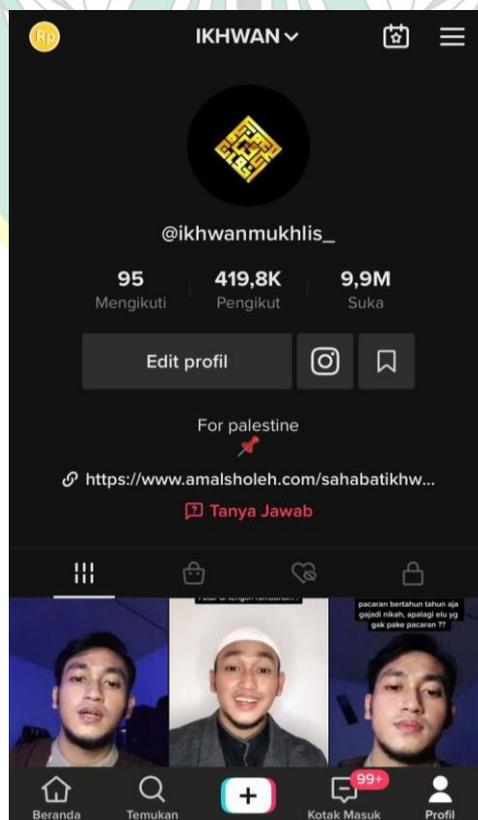


Lampiran 2

Gambar Logo atau Foto Profil Tiktok Ikhwan Mukhlis

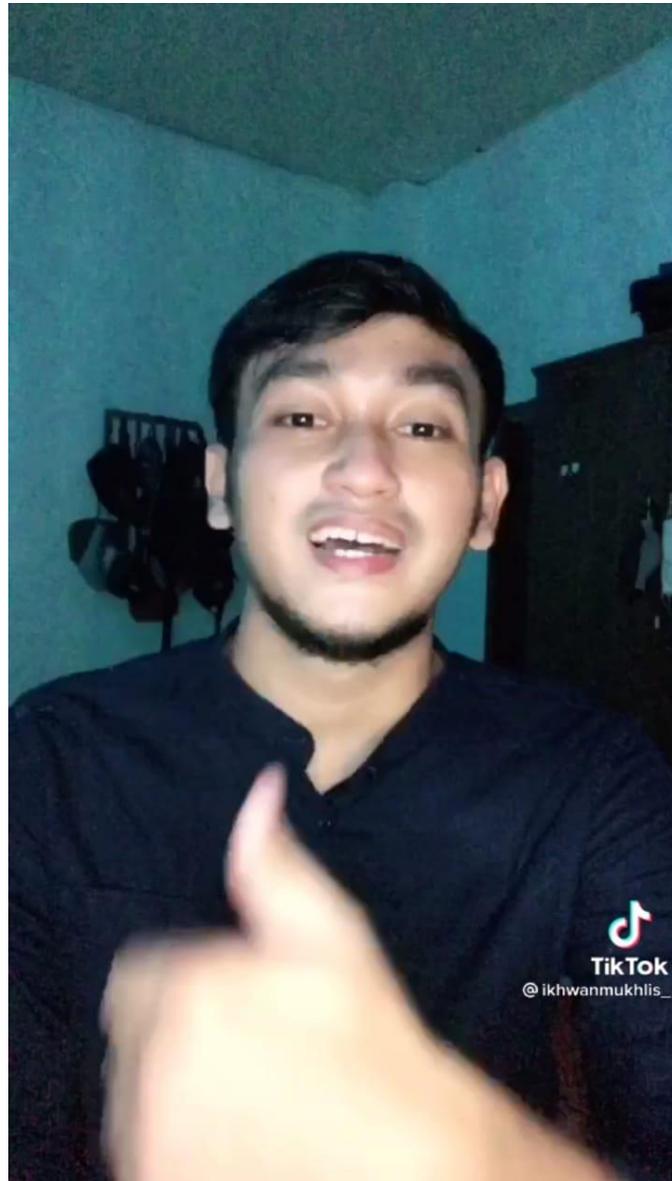


Gambar akun profil Tiktok Ikhwan Mukhlis



Lampiran 3

Foto Ikhwan Mukhlis



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini, pemilik akun Tiktok (@ikhwanmukhlis_) :

Nama : Mukhammad Ikhwan Mukhlis

Menerangkan bahwa :

Nama : Dinda Rizky Hayati

NIM : 1717102009

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Instansi : Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri
Purwokerto

memang benar yang bersangkutan telah melakukan penelitian berupa wawancara terkait **“PEMANFAATAN MEDIA TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH IKHWAN MUKHLIS”** dalam rangka penyusunan skripsi.

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Oktober 2021

Saya yang menyatakan,



Mukhammad Ikhwan Mukhlis



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
 Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
 www.uinsaiizu.ac.id

BLANKO/ KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dinda Rizky Hayati
 NIM : 1717102009
 Jurusan/Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
 Dosen Pembimbing : Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag
 Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwah Mukhlis

NO.	BULAN	HARI / TANGGAL	MATERI BIMBINGAN *	TANDA TANGAN**	
				PEMBIMBING	MAHASISWA
1	Maret	Kamis, 04/03/2021	Revisi Judul dan Rumusan Masalah	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2		Senin, 29/03/2021	Revisi Hasil Seminar Proposal	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	Mei	Senin, 10/05/2021	Menyerahkan hasil revisian dan Melanjutkan bab I-III	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	Juli	Jum'at, 23/07/2021	Menyerahkan bab I-III	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5		Sabtu, 24/07/2021	Revisian bab II (teori)	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6	Agustus	Kamis, 12/08/2021	Menyerahkan hasil revisian bab II dan lanjut bab berikutnya	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7	September	Sabtu, 25/09/2021	Konsultasi rumusan masalah	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A, Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaiu.ac.id

8		Senin, 27/09/2021	Menyerahkan bab I-V		
9	Oktober	Selasa, 05/10/2021	Revisi teknik analisis data dan bab IV		
10		Rabu, 06/10/2021	Konsultasi model penelitian dan menyelesaikan skripsi		
11		Rabu, 12/10/2021	Menyerahkan skripsi dan acc		

* Diisi Pokok-pokok bimbingan
** Diisi setiap selesai bimbingan

Purwokerto, 12 Oktober 2021
Pembimbing,

Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag
NIP. 196912191998031001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Dinda Rizky Hayati
2. NIM : 1717102009
3. Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 03 Agustus 1999
4. Alamat : Rawa Bebek, Bekasi
5. Nama Ayah : Nurhasan
6. Nama Ibu : Sri Nurhayati

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI, tahun lulus : SDN Kota Baru IV, 2011
2. SMP/MTs, tahun lulus : Mts Negeri 20 Jakarta, 2014
3. SMA/MA, tahun lulus : MAN 8 Jakarta, 2017

C. Pengalaman Organisasi

1. MPK di MAN 8 Jakarta
2. HMJ KPI IAIN Purwokerto
3. Forkomnas KPI Jateng-DIY

Purwokerto, 12 Oktober 2021

Dinda Rizky Hayati
NIM.1717102009