

Dakwah di Media Sosial Melalui Akun TikTok @syam_elmarusy



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos)**

Oleh :

ZSA ZSA SYAHARANI CHAYA KHOIRUNISA

NIM. 1717102130

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

JURUSAN KOMUNIKASI ISLAM

FAKULTAS DAKWAH

UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

PURWOKERTO

2022

DAKWAH DI MEDIA SOSIAL MELALUI AKUN TIKTOK

@SYAM_ELMARUSY

Zsa Zsa Syaharani Chaya Khoirunisa

1717102130

ABSTRAK

Media sosial menjadi komunikasi yang efektif dalam kehidupan sehari-hari, membawa dampak perubahan terhadap dakwah di masyarakat yang dilakukan melalui ranah virtual. Tik Tok merupakan platform video musik dan jejaring media sosial. Akun tiktok @syam_elmarusy ialah akun yang menyebarkan konten dakwah. Pengikut dan khalayak akun @syam_elmarusy merupakan anggota dan komunitas virtual.

Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang dakwah di media sosial melalui akun tik tok @syam_elmarusy. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analisis media siber. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) bagaimana bentuk dakwah di media sosial akun tik tok @syam_elmarusy (2) bagaimana kelebihan dan kelemahan dakwah media sosial di akun @syam_elmarusy.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat bentuk dakwah bil lisan dan dakwah bil qalam dari Samsul Munir Amin, serta mengetahui syarat bentuk dakwah di media sosial dengan cara mencari materi yang cocok berupa penyampaian materi yang ditujukan ke generasi milenial yang paham dan aktif di media sosial melalui TikTok, mengetahui kondisi psikologis mad'u ialah bagaimana umpan balik yang diterima oleh salah satu mad'u terkait materi dakwah dari akun @syam_elmarusy, memilih metode representatif merupakan rekam ulang atau stich video dari akun pengguna lain seperti menjelaskan kejadian yang masih simpang siur, menggunakan bahasa yang bijaksana, yaitu akun @syam_elmarusy menyampaikan materi dakwah dengan penggunaan bahasa yang baik melalui lisan maupun tulisan.

Kata kunci : Dakwah, Media Sosial, TikTok

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	6
1. Dakwah	6
2. Media Sosial.....	8
3. Tik Tok	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka	10
F. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Dakwah di Media Sosial.....	17
1. Pengertian Dakwah.....	17
2. Unsur-unsur Dakwah.....	18
3. Media Sosial.....	21
4. Bentuk Dakwah dalam Media Baru (<i>Social Media</i>).....	22

5. Karakteristik Media Sosial.....	25
6. Jenis-jenis Media Sosial.....	26
7. Manfaat Dakwah di Media Sosial	28
B. TikTok	29
C. Analisis Media Siber	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Waktu Penelitian	38
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	38
D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data	39
1. Dokumentasi	39
F. Analisis Data.....	41
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Profil Ustadz Syam.....	42
B. Bentuk Dakwah Akun TikTok @syam_elmarusy	44
C. Analisis Media Siber Pada Akun TikTok @syam_elmarusy	77
1. Ruang Media	77
2. Dokumen Media	82
3. Objek Media.....	85
4. Pengalaman	89
D. Kelebihan dan Kelemahan Dakwah di Media Sosial Pada Akun TikTok @syam_elmarusy.....	92
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisi Media Siber

Tabel 3.1 Data Unggahan Video TikTok September-Desember 2021

Tabel 4.1 Bentuk Dakwah Unggahan Video Tanggal 14, 21 dan 30 September 2021.

Tabel 4.2 Bentuk Dakwah Unggahan Video Tanggal 13 dan 19 Oktober 2021

Tabel 4.3 Bentuk Dakwah Unggahan Video Tanggal 8, 12 dan 26 November 2021

Tabel 4.4 Isi Postingan 30 September 2021

Tabel 4.5 Isi Postingan 21 September 2021

Tabel 4.6 Isi Postingan 8 November 2021

Tabel 4.7 Isi Postingan 19 Oktober 2021

Tabel 4.8 Isi Postingan 14 Oktober 2021

Tabel 4.9 Isi Postingan 12 November 2021

Tabel 4.10 Isi Postingan 2 Desember 2021

Tabel 4.11 Temuan Data Hasil Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Akun Tik Tok @syam_elmarusy

Gambar 1.2 Screenshot Akun Tik Tok @syam_elmarusy

Gambar 2.1 Pembuatan Video Tik Tok

Gambar 2.2 Level dalam Analisis Media Siber

Gambar 4.1 Foto Instagram Ustadz Syam

Gambar 4.2 Postingan Pertama @syam_elmarusy

Gambar 4.3 Komentar Postingan 30 September 2021

Gambar 4.4 Komentar Postingan 8 November 2021

Gambar 4.5 Komentar Postingan 19 Oktober 2021

Gambar 4.6 Aplikasi Tik Tok

Gambar 4.7 Beranda Tik Tok

Gambar 4.8 Membuat Akun Tik Tok

Gambar 4.9 Akun @syam_elmarusy

Gambar 4.10 Pencarian (Temukan)

Gambar 4.11 Searching Akun @syam_

Gambar 4.12 Akun TikTok @syam_elmarusy

Gambar 4.13 Postingan Akun @syam_elmarusy

Gambar 4.14 Tanggapan Komentar Saling Menyapa

Gambar 4.15 Tanggapan Komentar Postingan Video Akun @syam_elmarusy.



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dakwah di media sosial merupakan salah satu cara efektif di era globalisasi ini. Apalagi dengan teknologi yang semakin maju, tidak dapat dipungkiri hadirnya media sosial semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari seperti kegiatan sosial, pendidikan, bisnis, dan lain - lain. Selain itu, jejaring sosial memiliki pengaruh besar pada kehidupan manusia. Seseorang yang memulai dari yang kecil bisa menjadi besar di media sosial, atau sebaliknya. Bagi masyarakat khususnya para remaja. Jejaring sosial telah menjadi kecanduan karena pengguna tidak menghabiskan satu hari pun tanpa jejaring sosial.¹

Dakwah adalah proses mengajak, menyeru dan membimbing manusia kepada kebaikan dan mengikuti tuntunan Allah SWT dan Rasul-Nya. Kemajuan teknologi semakin pesat, sehingga terjadi adanya internet kemudian muncul *new media* atau media sosial. Dakwah di media sosial adalah sesuatu yang baru bagi para da'i dengan konsep dakwah kontemporer yang sifatnya mudah diterima oleh kalangan masa kini, yang mana dikemas lebih efisien dan mudah diterapkan. Dakwah sejak zaman nabi sudah mengalami perkembangan yang signifikan perkembangan dakwah ini tidak terlepas dari pengaruh perkembangan zaman dengan kemajuan teknologi, meskipun pada masa Rasulullah belum ditemukan teknologi yang berkembang cepat.²

¹ WSR Putri, dkk, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja, *Jurnal*, Vol. III No.1, hlm 1 (Sumedang: Universitas Padjajaran, 2016). Diambil dari <https://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/viewFile/13625/6455>. Diakses pada tanggal 8 Juli 2021.

² Imas Mutiawati, Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram), *Skripsi*, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo) hlm 5. Diambil dari [SKRIPSI LENGKAP.pdf \(walisongo.ac.id\)](https://www.walisongo.ac.id) diakses pada tanggal 22 Agustus 2021

Awalnya para da'i berdakwah melalui media massa sebagai sarana informasi dan komunikasi. Media massa merupakan peralatan fisik untuk menjelaskan pesan dan konten pendidikan, seperti buku, film, kaset video, dll. Ada bagian lain yang dikemukakan sebagai media (wasilah) dakwah yaitu alat untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umatnya, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Hamzah Ya'kub membagi wasilah dakwah menjadilimacam, diantaranya ada lisan,tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak. Secara rasional media dakwah ialah segala sesuatu yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari pendakwah kepada publik (mad'u).

Dakwah sebagai tindakan korespondensi yang ketat dihadapkan pada kemajuan inovasi korespondensi yang semakin modern, sehingga mengharapkan transformasi untuk maju. Hal ini mengandung makna bahwa dakwah harus dikemas dengan penggunaan media surat menyurat yang sesuai dengan mad'u yang berbeda-beda. Kemudian perkembangan dipacu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, hanyalah teknologi komunikasi yang merupakan metode untuk menghubungkan orang-orang di Negara yang berbeda-beda.³

Hadirnya media baru mengubah segala cara untuk menjadi sistem virtual. Belakangan ini memang banyak para da'i maupun ustadz berdakwah melalui media sosial. Media sosial adalah aplikasi *online* yang memungkinkan untuk terhubung dengan segala hal terpenting juga sebagai alat informasi yang sangat cepat. Apalagi kalangan muda yang sangat terintergrasi dengan perangkat dan situs jaringan sosial interaktif.Hal ini menunjukkan bahwa dengan berkembangnya masyarakat, proses dakwah biasanya terjadi dengan menggunakan berbagai sarana dan media karena

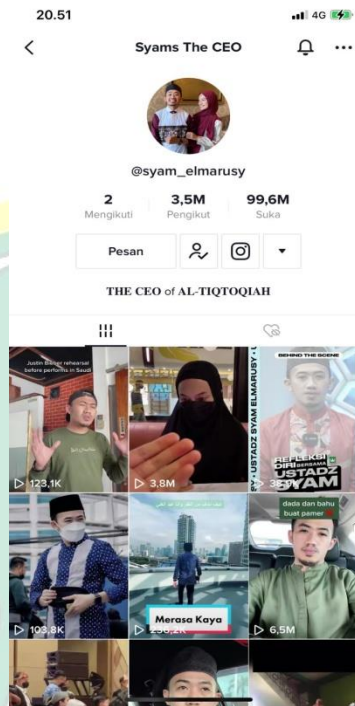
³Aminuddin, Media Dakwah, *E-Journal* (Kendari: Institut Agama Islam Negeri Kendari, 2016), hlm. 3. Diambil dari <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzir/article/view/786>. Diakses pada tanggal 1 Juli 2021.

perkembangan iptek memberikan dampak positif dengan jangkauan yang luas.

Tidak dapat dipungkiri pengguna media sosial meningkat pada 2020-2021, mencapai 202,6 juta di Indonesia saja. Jumlah ini meningkat 27 juta atau 16% dari tahun sebelumnya. Pada data penggunaan media sosial YouTube masih menjadi media sosial yang populer dan memiliki pengguna terbanyak hingga tahun ini, jumlah pengguna YouTube saat ini mencapai 98,7% dalam kelompok usia 10-65 tahun. Jumlah tersebut berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh GWI pada tahun 2021. Sementara WhatsApp menduduki posisi kedua dari kalangan media sosial populer. Aplikasi video pendek Tik Tok dan Aplikasi perpesanan Telegram menunjukkan pertumbuhan tercepat di tahun 2020. Sementara itu, popularitas media sosial asal China seperti WeChat atau Sina Weibo di Indonesia sedang menurun.

Awalnya pada tahun 2018 aplikasi Tik Tok belum dikenal oleh masyarakat Indonesia, rating yang di dapat juga masih rendah, terdapat salah satu video unggah yang dianggap remeh oleh kalangan muda dikarenakan video tersebut terkesan alay atau norak. Namun, pada tahun 2019 ada sesuatu yang menarik perhatian khalayak sehingga aplikasi ini viral kembali yaitu adanya video musik yang isinya membuat gerakan tarian (*dance*) sendiri di dalam video tersebut. Khalayak yang melihatnya, ikut membuat video gerakan tarian. Sehingga mengikuti trend *challenge* Tik Tok tersebut atau dikenal dengan hashtag *#tiktokchallenge*. Saat ini kalangan muda beramai-ramai membuat video kreatif seperti tarian modern maupun tradisional maupun kreativitas dalam kerajinan agar untuk mengenal lebih dalam tentang budaya. Zaman semakin modern dan komunikasi interaksi semakin luas hingga Tik Tok banyak digunakan sebagai media pembelajaran, pendidikan, hiburan, kebudayaan, agama dan sebagainya. Selain itu, aplikasi Tik Tok tidak hanya platform video musik, Tik Tok dapat mengunggah video dengan sound buatan sendiri atau tanpa

musik. Tik Tok juga dapat digunakan sebagai media pembelajaran islami, seperti konten ceramah dakwah.



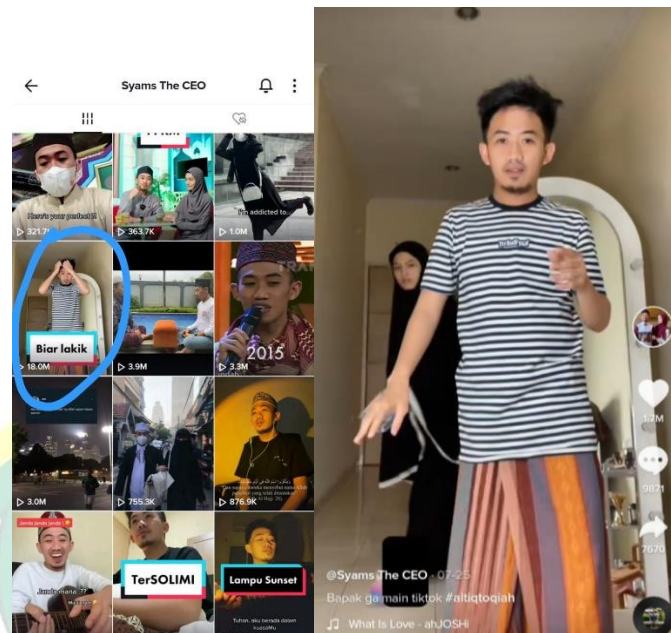
Gambar 1.1 Profil Akun Tik Tok @syam_elmarusy

Akun @syam_elmarusy memiliki bio THE CEO of AL TIQTOQIAH. Pada profil akun ini memiliki 3,5 juta followers dan 99,6 juta total likes secara keseluruhan dengan unggahan video dakwah sebanyak 20 lebih video yang diunggah, memiliki rata – rata viewers 42 ribu hingga 16 juta viewers serta ribuan serta jutaan likes dan komentar yang memberikan dampak *positive vibes* serta pertanyaan – pertanyaan yang menggugah rasa ingin tahu apa yang telah disampaikan ceramah ustadz Syam di dalam video konten. Tidak hanya itu ustadz Syam juga ikut andil dalam me-repost konten video dari akun orang lain untuk di *stich* atau menanggapi konten tersebut dengan menjelaskan ulang apa yang terjadi agar tidak terjadi kesalah pahaman.

Sebelum terjun ke dunia aplikasi TikTok beliau mengawali karir melalui program acara tv ceramah dakwah yaitu “Islam Itu Indah” sebagai

penulis naskah ceramah Ustadz Maulana. Sejak kecil Ustadz Syam mempunyai impian sebagai pendakwah, ia menempuh pendidikan selama 6 tahun di pesantren dengan mempelajari kitab kuning, kasrah, Al-Qur'an dan lainnya. Sebelum menjadi pendakwah, ia juga merupakan imam dari Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri, Depok. Ustadz Syam sebagai seorang pendakwah memiliki gaya bahasa tubuh tersendiri yang di mana menyenangkan sebagaimana milenial yang menggunakan sosial media dandiselingicandaan atau hiburan saat berdakwah, sehingga mudah diterima kaum mudahinggaorang tua. Maka dari itu, viralnya aplikasi media sosial masa kini, Ustadz Syam kemudian berceramah melalui media sosial TikTok. Karena netizen yang menonton videonya membutuhkan motivasi dan pencerahan dengan adanya ceramah dakwah yang disertai hiburan dengan tidak adanya penekanan kepada khalayak.

Ustadz Syam merupakan pendakwah dari Indonesia yang dijuluki sebagai “ustadz milenial” karena beliau berdakwah menggunakan media sosial layaknya anak muda milenial. Dari sinilah ustadz Syam menyampaikan materi dakwahnya dengan membuat konten di aplikasi TikTok. Tidak hanya konten dakwah melainkan ada konten video lainnya, agar tidak monoton. Dalam akun TikTok tersebut juga diselengi dengan konten hiburan atau komedi dan semacamnya untuk refreshing para followers-nya maupun netizen yang melihatnya. Sering kali dijumpai dalam *feed* TikTok Ustadz Syam yaitu mengunggah video konten bersama Istrinya. Ustadz Syam memiliki cara tersendiri untuk memberikan motivasi yang bermanfaat walaupun bukan bagian dari konten dakwah. Dan juga selalu update mengikuti perkembangan trend yang ada di beranda TikTok. Variasi cara berdakwah yang dilakukan oleh ustadz Syam ialah *story telling*, motivasi, menjawab atau membalas komentar, dan stich video. Gaya berbicara maupun berdakwah masih terdapat logat bahasa dari Provinsi Sulawesi Selatan yaitu bahasa bugis. Berikut ini adalah cuplikan video konten yang diunggah lainnya.



Gambar 1.2 Screenshot Akun TikTok @syam_elmarusy

Dari hasil unggahan konten video di atas pada tanggal 25 Juli 2021 memiliki jumlah viewers 18.0M, likes 1.7M, komentar 9871, dan share 7670. Dalam video itu Ustadz Syam menari mengikuti trending yang ada lagu yang dari Korea yang berjudul What Is Love? oleh grup idol dari Korea yaitu Twice tetapi hendak ingin menari Istrinya datang dan tidak memperbolehkan menari dan Istrinya memakaikan Ustadz Syam peci yang seakan menyuruhnya untuk beribadah, Maka dari itu, penulis ingin meneliti dakwah di media sosial etnografi virtual pada akun TikTok Ustadz Syam @syam_elamrusy dalam unggahan video ceramah tersebut⁴.

B. PENEGASAN ISTILAH

1. Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, *da'a yad'uda'watan*. Ini berarti ajakan atau himbauan. Sementara itu, secara terminologis, dakwah adalah mengajak atau menyeru. Ini berarti ajakan

⁴ Tiktok. Diambil dari <https://www.tiktok.com/foryou> diakses pada tanggal 2 Juli 2021.

atau himbauan. Maknanya, dakwah melaksanakan segala perintah kepada dirinya, keluarganya, atau orang lain dan kepada orang lain, untuk melaksanakan segala perintah itu, meninggalkannya yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya. Ada banyak definisi tentang dakwah. Menurut Thoha Yahya, dakwah mengajak manusia secara bijaksana ke jalan sesuai dengan perintah Allah, demi kemaslahatan dan kesejahteraan umat manusia di masa yang akan datang.

Sedangkan, Nasaruddin Latif mendefinisikan dakwah sebagai setiap kegiatan baik lisan, tulisan dan lain-lain, yang bersifat menyeru dan mengajak manusia untuk beriman dan takwa pada Allah semata. Sesuai dengan garis akidah, syariat, dan akhlak islami.⁵

Dalam Al-Qur'an ada banyak ayat yang mengungkapkan atau menyiratkan untuk melakukan dakwah, terdapat Surat Ali Imran: 104.

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

Artinya :

Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.

Ayat diatas dengan jelas menyatakan bahwa orang yang melakukan amar ma'ruf dan nahi munkar akan selalu mendapatkan keridaan dari Allah Swt. Karena itu berarti mereka mentransmisikan ajaran Islam tentang akidah dan moralitas Islam.⁶

⁵ Najamuddin, *Metode Dakwah Menurut Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Insan Madani, 2008), hlm. 1.

⁶ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), hlm. 22.

2. Media Sosial

Apa yang disebut dengan media sosial adalah bagian dari media baru. Jelas bahwa muatan interaktif media baru sangat tinggi. Media sosial, diadaptasi dari Wikipedia, didefinisikan sebagai media online yang memungkinkan penggunaanya dengan mudah bergabung, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia maya. Blog, jejaring sosial dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling populer digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia.⁷

Istilah media baru atau *new media* adalah untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dengan yang ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, dan surat kabar dikategorikan sebagai media lama (*old media*), dan media Internet dengan konten interaktif dikategorikan sebagai media baru (media baru). Ini adalah istilah untuk menggambarkan karakteristik yang hanya muncul.

3. TikTok

TikTok adalah aplikasi yang memberi efek khusus, unik dan menarik, sehingga pengguna dapat dengan mudah menggunakan aplikasi ini untuk membuat video pendek yang keren lalu menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi ini merupakan media sosial dan platform membuat video dengan dukungan musik yang berasal dari Tiongkok, oleh Zhang Yiming. Dirilis pada bulan September 2016. Aplikasi tersebut sangat digemari banyak orang mulai dari usia 10-65 tahun. Aplikasi ini dapat juga membuat penggunaanya terkenal atau tenar.⁸

TikTok merupakan jejaring sosial dan platform video musik tempat pengguna dapat membuat video musik pendek mereka sendiri,

⁷ Errika Dwi Setya Watie, *Komunikasi dan Media Sosial*, Jurnal The Messenger Vol.III No.1 Edisi 1 Juli 2008, hlm. 69-70.

⁸ Dila Mayang Sari, *Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tik Tok Pada Mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi)*, *Skripsi*, (Jambi: Universitas Islam Negeri Shultan Thaha Saifuddin, 2021), hlm 14. Diambil dari <http://repository.uinjambi.ac.id/7196/> diakses pada tanggal 16 Juli 2021

seperti aplikasi media sosial lainnya. Aplikasi ini tumbuh dari 500 juta pengguna yang aktif menjadi 1 miliar unduhan.⁹

C. RUMUSAN MASALAH

- a. Bagaimana bentuk dakwah di media melalui akun tiktok @syam_elmarusy?
- b. Bagaimana kelebihan dan kelemahan dakwah di media sosial pada akun tiktok @syam_elmarusy?

D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tentang bentuk dakwah di media sosial melalui akun tiktok @syam_elmarusy menggunakan analisis media siber serta kelebihan dan kelemahan dakwah di media sosial tersebut. Penelitian ini dibuat sebagai bahan pertimbangan materi skripsi untuk pembaca atau mahasiswa yang akan meneliti.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis.

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terhadap peneliti dalam memahami tentang dakwah di media sosial melalui akun tik tok @syam_elmarusy dan menambah kajian perpustakaan untuk UIN Saizu Purwokerto khusus untuk Fakultas Dakwah.

b. Manfaat Praktis

⁹Chengyan Zhu, Xiaolin Xu, Wei Zhang, Jianmin Chen, Richard Evans, How Health Communication Via Tik Tok Makes a Difference: A Content Analysis of Tik Tok Accounts Run by Chinese Provincial Health Committees, *Jurnal Int. J. Environ. Res. Public Health* 2020,17, 192, (Wuhan: Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI), 2020), hlm 1. Diambil dari www.mdpi.com/journal/ijerph diakses pada tanggal 16 Juli 2021

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan acuan bagi pembaca dan peneliti melalui media sosial. Dan dapat dijadikan sebagai referensi mahasiswa dalam membuat penelitian di bidang jurusan Komunikasi Islam.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini memaparkan temuan-temuan yang diperoleh dari penelitian-penelitian relevan yang mendukung penelitian yang sedang dilakukan, baik dari subjek penelitian maupun objek penelitian, untuk membedakan penelitian yang dilakukan dengan penelitian-penelitian lain, seperti terlihat di bawah ini.

Pertama, hasil penelitian dari skripsi Dinda Rizky Hayati yang berjudul Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis. Skripsi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tahun 2021.

Skripsi ini mengenai 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 Tik Tok yang mayoritas adalah kalangan muda atau remaja yang sedang membutuhkan dakwah islam atau penanaman moral secara islami dan modern. Membahas alasan Ikhwan Mukhlis berdakwah dengan media Tik Tok, bagaimana proses pembuatan konten dakwah melalui media Tik Tok dan menentukan tema-tema dakwah yang ada pada setiap postingan konten dakwah. Hasil dari penelitian terdahulu terdapat Ikhwan Mukhlis menggunakan Tik Tok sebagai media dakwah dikarenakan caranya yang mudah yang dapat

diterima langsung ke target yang dituju target tersebut ialah kalangan remaja. Proses pembuatan konten dakwah oleh Ikhwan Mukhlis seperti proses dalam memproduksi pada umumnya yaitu persiapan, menentukan materi, ringkasan materi, tahapan produksi, dan penyuntingan video. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan media yang sama yaitu Tik Tok sebagai sarana dan tempat dalam membuat konten dakwah. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan analisis isi model Miles dan Huberman dan subjek berbeda, sedangkan penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif pada akun Tik Tok @syam_elmarusy.¹⁰

Kedua, hasil penelitian jurnal dari Muhammad Helmy dan Risa Dwi Ayuni yang berjudul Komunikasi Dakwah Digital: Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3saifa) pada tahun 2019.

Penelitian ini membahas tentang komunikasi dakwah digital dan cara penyampaian konten Islami lewat media sosial Line pada akun dakwah bernama 3SAFA. Line, saat ini di seluruh dunia Line memiliki 220 juta pengguna aktif. Sementara pengguna di Indonesia mencapai lebih dari 90 juta. Jumlah pengguna terbesar keempat setelah Jepang, Taiwan, dan Thailand. Terdapat 80% atau sekitar 72 juta pengguna Line di Indonesia yang termasuk ke dalam pengguna aktif bulanan (*monthly active user*). Di mana pengguna tersebut menghabiskan waktu selama 40,2 menit per-harinya dalam menggunakan Line. Line memiliki beberapa fitur unik dan menarik yang dapat memikat kaum muda, yang paling menarik adalah Line menyediakan fitur Line@ yang dapat digunakan untuk menjalankan bisnis. Line@ merupakan pengembangan dari aplikasi Line biasa, yang dikhususkan untuk tujuan bisnis. Sehingga para pebisnis dapat

¹⁰Dinda Rizky Hayati, Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis, *Skripsi*, (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2021). Diambil dari <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/> diakses pada tanggal 10 April 2022.

memisahkan akun pribadi dan bisnis. Aplikasi ini sangat cocok bagi seorang yang ingin mengelola bisnis usaha dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui bagaimana penyusunan konten Islami oleh kreator atau admin 3SAFA? 2) Untuk mengetahui apa keuntungan komunikasi dakwah lewat media digital? 3) Untuk mengetahui bagaimana respons pengikut 3SAFA terhadap komunikasi dakwah digital?. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan menggunakan instrumen pengumpulan data yaitu pedoman wawancara, pedoman observasi, dan pedoman dokumentasi. Teknik analisis datanya adalah analisis interaktif yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun sumber data pada penelitian ini yaitu pendiri serta admin akun dakwah 3SAFA. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu penyampaian konten Islami lewat media sosial Line pada akun dakwah 3SAFA berjalan dengan baik. Hal ini terbukti dengan 1) Penyusunan konten 3SAFA dilakukan oleh admin yang sudah terjadwal setiap bulannya. 2) pengguna Line dapat mengakses akun dakwah 3SAFA secara bebas tanpa batasan waktu dan tempat. 3) Respons pengikut terhadap komunikasi dakwah digital adalah baik dan menerima dakwah yang disampaikan akun dakwah 3SAFA, bisa dilihat dari jumlah pengikut 3SAFA yang sudah mencapai 9000 lebih.¹¹

Perbedaan dengan penelitian terdahulu ialah penelitian terdahulu menggunakan subjek kreator 3SAFA dengan objek aplikasi Line. Sementara penelitian ini menggunakan aplikasi Tik Tok sebagai objeknya dan Ustadz Syam dengan akun @syam_elmarusy sebagai subjeknya. Sedangkan, persamaan dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dalam menganalisis.

¹¹ Muhammad Helmy dan Risa Dwi Ayuni, Komunikasi Dakwah Digital: Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3safa), *Jurnal Mutakallimin*, Vol. 2, No. 1, hlm 1, (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 2019). Di ambil dari <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/3417/2295> . Di akses pada tanggal 16 Mei 2022.

Ketiga, hasil penelitian skripsi dari Adella Widyanti Putri yang berjudul Pesan dakwah melalui media sosial TikTok : Analisis isi pesan dakwah pada konten Tik Tok Husain Basyaiban pada tahun 2019. Penelitian ini membahas tentang media sosial yang sudah menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat dan banyak dimanfaatkan untuk kegiatan masyarakat salah satunya adalah dakwah. Cukup banyak media sosial yang digunakan untuk melakukan kegiatan berdakwah seperti membuat konten video pada aplikasi media sosial Tik Tok. Salah satu dai yang memanfaatkan Tik Tok sebagai media dakwahnya adalah Husain Basyaiban. Dakwah menggunakan media Tik Tok merupakan bentuk dakwah yang telah berkembang sesuai dengan teknologi yang semakin pesat perkembangannya. Karena latar belakang tersebut maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung pada konten-konten dakwah Tik Tok milik Husain Basyaiban yang memiliki tiga kategori pesan dakwah yaitu pesan dakwah mengenai akidah, syariah, dan akhlak.

Dari hasil penelitian dapat diketahui pesan dakwah yang terdapat dalam konten-konten video milik Husain Basyaiban yang diunggah pada 01 Juni sampai 30 Juni 2021 sebanyak 30 pesan dakwah, yaitu: 4 pesan tentang akidah yang membahas tentang iman kepada Allah dan iman kepada kitab Allah, 18 pesan tentang syariah yang membahas tentang wudhu, takwa kepada Allah, rumah tangga, hukum musik, menuntut ilmu, hukum mengganti kelamin, ilmu, aturan berpakaian, hukum zina dan makanan halal, 8 pesan tentang akhlak yang membahas akhlak terhadap Allah, akhlak terhadap manusia dan akhlak terhadap bangsa jin. Media sosial Tik Tok dapat digunakan dan dimanfaatkan sebagai media dakwah modern yang dapat menjadi solusi berdakwah di masa seperti ini seperti yang dilakukan oleh Husain Basyaiban yang aktif membuat konten-konten

dakwah di akun Tik Tok miliknya sehingga bisa menjadi media edukasi dan informatif bagi masyarakat.¹²

Perbedaan dengan penelitian terdahulu ialah subjeknya. Penelitian dari Adella Wdyanthi Putri memilih Husain Basyaiban sebagai subjeknya. Sementara, penelitian ini memilih Ustadz Syam sebagai subjeknya. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah media sosial yang diangkat memiliki kesamaan yaitu media sosial Tik Tok sebagaimana menjadi objek dalam penelitian ini.

Kelima, hasil penelitian skripsi dari Ahmad Pakhri M yang berjudul Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram) pada tahun 2019.

Penelitian ini membahas bagaimana penggunaan fitur Vidgram sebagai tren media dakwah yang saat ini dipakai oleh Yufid TV sebagai media komunikasi. Tujuan penelitian ini yaitu: (1) Untuk mengetahui penggunaan fitur vidgram sebagai tren media dakwah oleh Yufid TV, (2) Untuk mengetahui materi dakwah apa saja yang diberikan oleh Yufid TV di Instagram, (3) Untuk mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan dakwah melalui fitur vidgram di Instagram yang dilakukan oleh Yufid TV. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap akun @yufid.tv di Instagram, ditemukan bahwa Yufid TV menggunakan fitur vidgram untuk mengunggah video dengan jenis video poster. Penggunaan fitur vidgram dengan model video poster menjadi media dakwah tetap saat ini dengan beberapa faktor yaitu: respons suka pengguna terhadap video poster, adanya komunitas yang mengharapkan dakwah melalui video poster, dan kru yang fokus pada pembuatan video. Materi dakwah yang disampaikan oleh Yufid TV di Instagram mencakup materi akidah, syariat, muamalah, dan akhlak. Kelebihan dakwah dengan fitur vidgram adalah, kemudahan terhadap penggunaan fitur dan *tools* pendukung, tampilan *interface* yang

¹²Adella Wdyanthi Putri, Pesan dakwah melalui media sosial TikTok : Analisis isi pesan dakwah pada konten Tik Tok Husain Basyaiban, Skripsi, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2021), hlm 1. Di ambil dari <http://digilib.uinsgd.ac.id/44074/> di akses pada tanggal 17 Mei 2022 22.43 WIB.

menarik, dan kesan konten yang ringan dan singkat. Kekurangan dari fitur ini adalah metadata dan unsur konten yang tidak dapat disetel layaknya konten di media sosial lain, dan tidak terdapat *seekbar* pada fitur vidgram. Implikasi penelitian ini adalah adanya ketertarikan pengguna Instagram terhadap konten-konten video di Instagram, sehingga penggunaan fitur vidgram menjadi sangat penting dalam menyampaikan pesan dan dakwah Islam. Penggunaan fitur vidgram oleh Yufid TV selama kurang lebih satu tahun menunjukkan hal yang positif dengan penambahan pengikut yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan penggunaannya dengan menggunakan fitur foto. Terdapat beberapa upaya yang bisa dilakukan untuk mengoptimalkan penggunaan fitur vidgram yaitu: (1) Menyiapkan beberapa konten untuk diunggah setiap harinya, (2) Menjalin komunikasi yang baik dengan *followers*, (3) Memperhatikan fitur wawasan bagi pengguna akun publik sebagai acuan mengambil langkah produksi dan lain-lain.¹³

Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah media yang diambil berbeda penelitian Ahmad Pakhri menggunakan media sosial Instagram sebagai objeknya. Sedangkan, penelitian ini menggunakan media sosial TikTok. Persamaan dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama menggunakan penelitian deksriptif kualitatif dalam menganalisis konten yang ada di media sosial.

¹³Ahmad Pakhri M., Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram), Skripsi, (Universitas Islam Alauddin Makassar: 2017), hlm 9. Di ambil dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8160/1/Ahmad%20Pakhri%20M.pdf> . Di akses pada tanggal 19 Mei 2022 12.23 WIB.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika pembahasan pada penelitian terdiri dari 5 BAB yaitu :

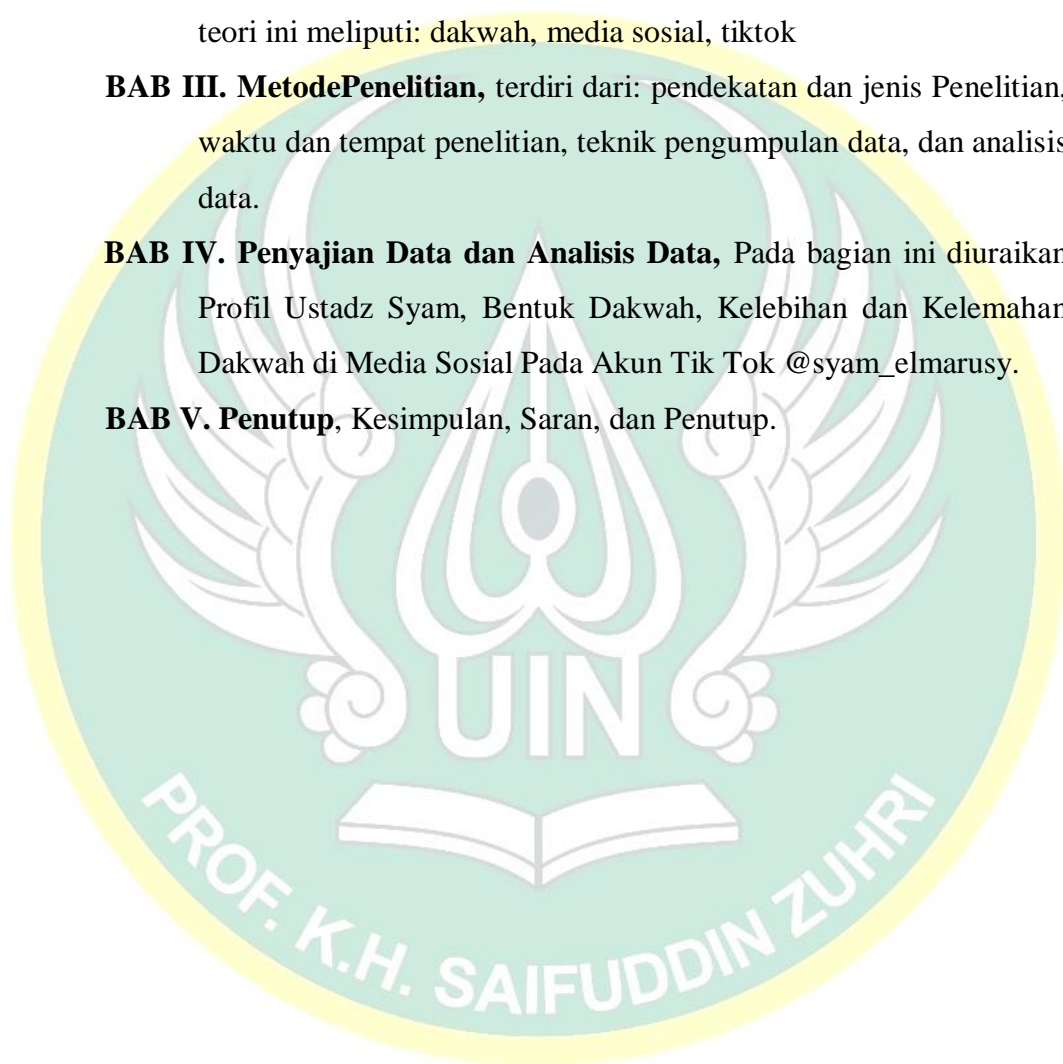
BAB I. Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II. Kajian Teori, menjelaskan tentang landasan teori, landasan teori ini meliputi: dakwah, media sosial, tiktok

BAB III. Metode Penelitian, terdiri dari: pendekatan dan jenis Penelitian, waktu dan tempat penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV. Penyajian Data dan Analisis Data, Pada bagian ini diuraikan Profil Ustadz Syam, Bentuk Dakwah, Kelebihan dan Kelemahan Dakwah di Media Sosial Pada Akun Tik Tok @syam_elmarusy.

BAB V. Penutup, Kesimpulan, Saran, dan Penutup.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Media sosial merupakan situs jaringan internet yang menghubungkan ke seluruh dunia, dengan berbagai macam jenis media sosial yaitu blogging, media *sharing*, *social net-working*, dan lain-lain. Dakwah di media sosial menjadi tantangan dakwah di era modern ini, banyak pendakwah baru yang memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan dakwahnya. Melalui media baru da'i maupun ustadz dengan mudah mengekspos kegiatan dakwah dari majelis maupun membuat konten yang mereka buat. Peneliti meneliti dakwah pada akun TikTok @syam_elmarusy menggunakan bentuk dakwah melalui media sosial dengan metode yang ada. Hal ini peneliti menemukan bentuk-bentuk bagaimana dakwah di media sosial yang dilakukan pada akun @syam_elmarusy, antara lain, mengambil dua metode dari Samsul Munir Amin dakwah bil Lisan dan dakwah bil Qalam. Dakwah bil Lisan merupakan dakwah yang bertatap muka langsung dengan mad'u namun seiring perkembangan dakwah. Dakwah melalui media sosial menjadi alternatif bagi pengguna media sosial yang digunakan anak milenial saat ini. Karena sifatnya yang mudah diakses dan diterima serta mempermudah untuk menambah informasi dan pengetahuan tentunya tentang Islam. Bentuk kedua yakni dakwah bil Qalam, terdapat postingan dari akun @syam_elmarusy yang membagikan dakwahnya dalam bentuk tulisan pada postingan tanggal 12 November dan 21 Desember 2021. Dakwah tersebut berisi kitab *lubabul hadits* dan isi dari kitab nabi Musa as.

Tentunya dalam dakwah di media sosial pada akun TikTok @syam_elmarusy terdapat kelebihan dan kekurangan dimana peneliti mengambil data dari hasil wawancara online berdasarkan informan-informan yang aktif di media sosial yang mengikuti akun

@syam_elmarusy di TikTok. Informan mengatakan bahwa kelebihan dakwah yang dilakukan oleh ustadz Syam ialah memotivasi, menambah wawasan dan pengetahuan, konten yang diberikan menghibur, tidak membosankan pendengar, serta mudah untuk dipahami. Kelemahan yang didapat dari mad'u tentang dakwah media sosial akun @syam_elmarusy yaitu pemilik akun jarang membalas komentar atau pertanyaan yang ditanyakan oleh mad'u.

B. Saran

1. Bagi pemilik akun TikTok @syam_elmarusy

Diharapkan lebih mengembangkan lagi ide-ide kreativitas dalam berdakwah dan selalu menyajikan konten yang bermutu yang mudah dipahami generasi z maupun milenial. Tidak berhenti dalam memberikan motivasi-motivasi melalui dakwah ustadz Syam.

2. Bagi masyarakat

Diharapkan masyarakat khususnya generasi z dan milenial menyebarkan dakwah yang di telah ditonton melalui akun dakwah @syam_elmarusy kepada keluarga, teman, kerabat dan share ke media sosial lainnya. Agar dapat memperluas ajaran agama Islam, menambah wawasan dan pengetahuan tentang Islam.

3. Bagi peneliti

Semoga diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan mengembangkan dakwah di media sosial menurut studi etnografi virtual, dengan analisis yang berbeda dalam memahami dakwah di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Aziz, Moh. 2017. Ilmu Dakwah. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri
- Aminuddin. 2016. Media Dakwah. E-Journal. Kendari: Institut Agama Islam Negeri Kendari. Diambil dari <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzir/article/view/786>.
- Amin, Samsul Munir. 2009. Ilmu Dakwah. Jakarta: Amzah.
- Ardial. 2014. Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- A Rohman, Dudung. 2019. Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. Jurnal Diklat Keagamaan. Vol. XIII No. 2, hlm 6. Bandung : Balai Pendidikan dan Keagamaan Bandung.
- A Safitri, dkk. 2021. Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis Vol. 3 No.1, hlm 4. Jakarta: Universitas Dharma Andalas. Diambil dari <http://www.jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/180>
- Creswell, J.W. 1998. Qualitative Inquiry and Research Design. Inc. California : Sage Publications.
- Cresswell, John W. 2019. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewa, dkk. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). 2021. Yogyakarta: Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya, BSI. Diambil dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/viewFile/10132/4733>
- Hasan, Mohammad. 2013. Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah. Surabaya: Pena Salsabila.

- Hayati, Dinda Rizky. 2021. Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis. Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Diambil dari <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/>
- Helmi, Muhammad. 2019. Komunikasi Dakwah Digital: Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3safa), Jurnal Mutakallimin, Vol. 2, No. 1, hlm 1. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari. Di ambil dari <https://ojs.uniskabjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/3417/2295>
<https://databoks.katadata.co.id>
https://www.tiktok.com/@syam_elmarusy
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/santi-rizki/potret-ustadz-syam-yang-gayanya-kekinian-dan-millennial-banget-c1c2-1/10>
- Ilahi, Wahyu. 2010. Komunikasi Dakwah. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kasman, Suf. 2004. Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah Bil Al-Qalam dalam Al-Quran. Jakarta: Teraju.
- M, Ahmad Pakhri. 2017. Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram), Skripsi, Makassar: Universitas Islam Alauddin. Diambil dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8160/1/Ahmad%20Pakhri%20M.pdf>.
- Mutiawati, Imas. 2018. Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram. *Skripsi*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo. Diambil dari <http://eprints.walisongo.ac.id/9496/1/SKRIPSI%20LENGKAP.pdf>.
- Najamuddin. 2008. Metode Dakwah Menurut Al-Qur'an. Yogyakarta: Pustaka Insan Madani.
- Nasrullah, Rulli. 2018. Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi Di Internet. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2020. Metode Penelitian Jurnalisme Pendektan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ngalimun. 2020. Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: Parama Ilmu.

- Nurudin.2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. 2002. Perspektif e-Business. Yogyakarta: Andi.
- Prajarto, Nunung. 2018. Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @lambe_turah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 15 No. 1. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Diambil dari <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/1367>.
- Putri, Adella Widyanthi. 2021. Pesan Dakwah Melalui Media Sosial TikTok : Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Konten Tik Tok Husain Basyaiban. Skripsi. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati. Diambil dari <http://digilib.uinsgd.ac.id/44074/>.
- Putri, WSR, N Nurwati, M Budiarti. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. E-Journal. Sumedang: Universitas Padjajaran. Diambil dari
- Watie, Errika Dwi Setya. 2008. Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*.Vol III No. 1 Edisi 1 Juli. Semarang: Universitas Semarang. Diambil dari <https://journals.usm.ac.id/index.php/themessenger/article/view/270/172>.
- Rahman, Taufik. 2021. Komunikasi Dakwah Untuk Kaum Milenial Melalui Media Sosial, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Volume 10, Edisi II, Desember, hlm 3. Jambi: STAI an-Nadwah Kuala Tungkal. Diambil dari <http://ejournal.annadwah.ac.id/index.php/Attadabbur/article/view/211/172>.
- Rubawati, Efa. 2018. Media Baru : Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*. Vol. 2, hlm 133. Papua Barat : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong. Diambil dari <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/586>
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2010. Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian. Yogyakarta: ANDI.
- Sanwar, Aminudin. 2009. Ilmu Dakwah Suatu Pengantar Studi. Semarang: Gunungjati.
- Saputra, Wahidin. 2011. Pengantar Ilmu Dakwah. Jakarta: PT. Graha Grafindo Husada.

- Sari, Dila Mayang. 2021. Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tik Tok Pada Mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi). *Skripsi*. Jambi: Universitas Islam Negeri Shultan Thaha Saifuddin. Diambil dari <http://repository.uinjambi.ac.id/7196/>.
- Setiadi A. 2016. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi, Jurnal. Hlm 1. Diambil dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=PEMANFAATAN+MEDIA+SOSIAL+UNTUK+EFEKTIFITAS+KOMUNIKASI&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3Dq_RZxnRnwAAJ
- Sugiono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- TikTok. Diambil dari <http://www.tiktok.com> diakses pada tanggal 8 Februari 2022.
- Watie,EDS.2008.KomunikasidanMediaSosial.JurnalTheMessenger.Vol.IIINo.1 Edisi1Juli.Semarang:UniversitasSemarang.Diambildari<https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/viewFile/270/172>.
- Wawancara *Online*, pada tanggal 13 Februari 2022.
- Wibawa, Agung Tirta. 2019. Fenomena Dakwah di Media Sosial Youtube. *Jurnal Rasi*. Vol 1 No 1. Bandung: Universitas Muhammadiyah Bandung. Diambil dari <http://www.ejournal.umbandung.ac.id/index.php/RASI/article/view/23>.
- Zhu, Chengyan, Xiaolin Xu, Wei Zhang, Jianmin Chen, Richard Evans. 2020. How Health Communication Via Tik Tok Makes a Difference: A Content Analysis of Tik Tok Accounts Run by Chinese Provincial Health Committees. *Jurnal Int. J. Environ. Res. Public Health*. Wuhan: Multidisiplinary Digital Publishing Institute (MDPI). Diambil dari www.mdpi.com/journal/ijerph