

**PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI  
MEDIA DAKWAH PADA AKUN @ifta.athiyah**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam  
Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**  
Lintang Ayu Kusuma Dewi  
204103010077

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH  
APRIL 2024**

**PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI  
MEDIA DAKWAH PADA AKUN @ifta.athiyah**

**SKRIPSI**

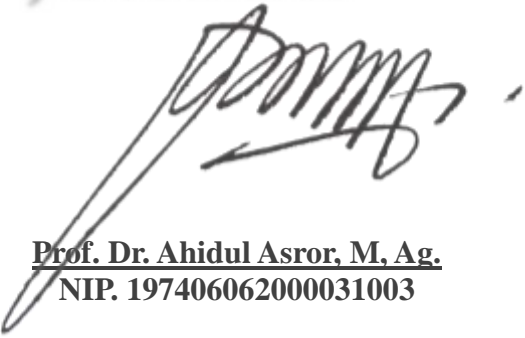
Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana (S. Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

Lintang Ayu Kusuma Dewi  
Nim : 204103010077

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

Disetujui Pembimbing



**Prof. Dr. Ahidul Asror, M. Ag.**  
NIP. 197406062000031003

**PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI  
MEDIA DAKWAH PADA AKUN @ifta.athiyah**

**SKRIPSI**


Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar S.Sos  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam


Hari : Selasa  
Tanggal : 11 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

  
**Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.**  
NIP. 198710182019031004

  
**Nuzul Ahadiyanto, S.Psi., M.Si.**  
NIP.197908122023211009


Anggota :

1. Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag, M.Med.Kom
2. Prof. Dr. Ahidul Asror, M.Ag.

  
( )  
  
( )

Menyetujui  
Dekan Fakultas Dakwah



  
**Dr. Fawaizul Umam, M. Ag**  
NIP. 197302272000031001

## MOTTO

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

*148. Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. \**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

---

\* Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: Jabar Roudhotul Jannah, 2009), 23

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, serta tak lupa juga kepada junjungan umat Muslim yakni Nabi Muhammad SAW yang selalu dinantikan syafaatnya oleh umat muslim. Harapan penulis, semoga skripsi ini senantiasa mendapat ridho-nya. Adapun skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, Ismail dan Elda Yuniati. Terimakasih telah berjuang untuk membahagiakan dan meberikan pendidikan yang terbaik untuk putra-putrinya. Terimakasih atas kasih sayang yang begitu besar, yang mana kasih sayang tersebut mampu mengantarkan peneliti pada proses-proses pembelajaran serta pengalaman yang luar biasa.
2. Anida Ayu wulandari ( beserta keluarga kecilnya ), kakak pertama yang selalu memberi support dan memberi peneliti do'a untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Moh Agung Maulana Ibrahim, adik tercinta yang telah mengingatkan peneliti agar senantiasa belajar dan intropeksi diri.
4. Mariyam dan Fais Imama, terimakasih telah memberi peneliti sebuah amunisi yang besar agar segera menyelesaikan skripsi ini.
5. Mbak Nadhir, ketua pondok beserta jajaran Pengurus Pondok Al-khozini, terimakasih telah senantiasa ada saat peneliti membutuhkan bantuan.

6. Mardiyah, Rara, Alvi, Chayati, dan Cahyani personil B10 yang setia mendengarkan keluh kesah peneliti dalam menjalani hari-hari di Jember.
7. Mbak Fitri, teman cerita di semester 8 yang sangat merindukan kehidupan dikota besar.
8. Teman- teman planet persaudaraan KPI 03, terimakasih untuk kebersamaan di 8 semester ini.
9. Teman- teman PKL, PPL dan KKN, terimakasih atas kebersamaan yang singkat dan senantiasa dikenang selama masa perkuliahan.

Terimakasih sebanyak- banyaknya atas keterlibatan kalian dalam proses belajar di Perguruan Tinggi Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Shidiq Jember. Semoga Skripsi ini dapat membawa manfaat untuk Universitas, pembaca dan kemajuan ilmu kedepannya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahiim*

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat, ridho dan karunianya dalam proses menyelesaikan skripsi ini dapat dilaksanakan dengan baik. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpakan kepada junjungan umat islam, Nabi Muhammad SAW yang membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang merdeka, seperti saat ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) dalam program studi Komunikasi dan Agama Islam (KPI) di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shoddiq Jember, dengan skripsi yang berjudul : “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Pada Akun @ifta.athiyah”. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof Hepni, S. Ag, MM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember (UIN KHAS Jember)
2. Dr. Fawaizul Umam M. Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember
3. Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I, selaku Koordinator Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Prof. Dr. Ahidul Asror, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi dan yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen UIN Khas Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan berbagi pengalaman bagi peneliti.
6. Ning Ifta Athiyah S. Ag, selaku narasumber yang sangat membantu peneliti, dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shidiq Jember, terimakasih atas kesempatan berpetualang di kota Jember, berjumpa dengan Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah serta menjumpai banyak teman, dan atas pengalaman menuntut ilmu yang luar biasa.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, Mei 2024

Lintang Ayu Kusuma Dewi  
204103010077



## ABSTRAK

Lintang Ayu Kusuma Dewi 2024 : “ Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah pada Akun @ifta.athiyah ”

Kata Kunci : Pemanfaatan, Tiktok, Media Dakwah

Hadirnya aplikasi Tiktok dalam proses komunikasi yang berfungsi sebagai media pengantar pesan, memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam proses interaksi yang terjadi di tengah masyarakat. Aplikasi Tiktok tidak hanya berfungsi sebagai media pengantar pesan saja, namun dalam aplikasi Tiktok, kita dapat memanfaatkannya dalam berbagai hal, seperti sebagai media untuk memperoleh informasi, media untuk mencari hiburan, media untuk mendapatkan penghasilan, media pembelajaran serta media untuk menyampaikan pesan dakwah pada proses kegiatan dakwah. Maka dalam penelitian ini, peneliti fokus membahas manfaat aplikasi Tiktok sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiyah

Fokus dari penelitian ini adalah : 1. . Bagaimana proses mengelola akun @ifta.athiyah sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiyah? 2. Bagaimana pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiyah? Tujuan dari penelitian ini : 1. Untuk mengetahui proses mengelola akun @ifta.athiyah sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiyah. 2. Untuk mengetahui pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiyah.

Metode yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah kualitatif, dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, menggunakan 3 metode yakni dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun pengecekan keabsahan data yang dilakukan peneliti yaitu dengan memperpanjang waktu pengamatan, menggunakan triangulasi antarmetode, memperbanyak bahan referensi, serta melakukan pengecekan ulang data yang diperoleh peneliti kepada narasumber yang telah memberikan informasi.

Hasil dari penelitian ini adalah 1 Proses pengelolaan akun Tiktok sebagai media dakwah meliputi relevansi isi konten dengan persoalan masyarakat, memiliki karakteristik, menjaga konsistensi, respon pengelola terhadap tantangan yang dihadapi, dan yang terakhir peneliti mencantumkan langkah-langkah akun @ifta.athiyah saat proses mendistribusikan pesan pada masyarakat. (2) Manfaat penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah ialah: Tiktok sebagai media yang dapat menjangkau lebih luas sasaran dakwah, Tiktok sebagai media yang dapat memikat viewers, dan pemanfaatan fitur pada aplikasi Tiktok dalam efektifitas dakwah.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Definisi Istilah .....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	15
B. Kajian Teori.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Pendekatan dan Metode Penelitian .....	45
B. Lokasi Penelitian .....	46
C. Subyek Penelitian.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data .....	47
E. Analisis Data .....	48
F. Keabsahan Data.....	51
G. Tahap- atahap Penelitian .....	52
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>54</b>
A. Ganbaran Obyek Penelitian.....	54
B. Penyajian dan Analisis Data.....	57

C. Pembahasan Temuan .....	98
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>107</b>
A. Kesimpulan .....	107
B. Saran.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>111</b>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 JEMBER

**DAFTAR TABEL**

**2.1** Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu..... 21



## DAFTAR GAMBAR

2.1 <i>Screenshot</i> Tampilan Tiktok pada Smartphone .....	37
4.1 Foto Ning Ifta Athiya .....	54
4.2 <i>Screenshoot</i> Profil akun Tiktok @ifta.athiyah .....	55
4.3 <i>Screenshoot</i> Unggahan Pertama akun @ifta.athiyah membahas Jodoh .....	57
4.4 <i>Screenshoot</i> Antusias Netizen di Kolom Komentar .....	65
4.5 <i>Screenshoot</i> Antusias Netizen di Kolom Komentar .....	65
4.6 <i>Screenshoot</i> Beberapa konten yang membahas tentang syariat (Hukum) .....	67
4.7 <i>Sreenshoot</i> tanggapan akun @ifta.athiya pada komentar di Salah satu Postingan Akun @ifta.athiyah .....	68
4.8 <i>Screenshoot</i> tanggapan Akun @ifta.athiya pada komentar .....	68
4.9 <i>Sreenshoot</i> kutipan kitab yang ditampilkan pada salah satu konten akun @ifta.athiya .....	71
4.10 <i>Screenshoot</i> Icon “+” untuk Membuat postingan terbaru .....	81
4.11 <i>Screenshoot</i> pilihan durasi terlalu lama Take Video .....	82
4.12. <i>Screenshoot</i> Tanda Centang di Aplikasi Tiktok .....	82
4.13 <i>Sreenshoot</i> Tampilan Fitur Edit pada Aplikasi Tiktok .....	83
4.14 <i>Screenshoot</i> Berbagai pilihan Menu pada fitur edit di Aplikasi Tiktok .....	84
4.15 <i>Sreenshoot</i> yang menunjukkan icon yang diklik setelah selesai proses Editing .....	84
4.16 <i>Screenshoot</i> Tampilan Deskripsi dan Hastag pada Aplikasi Tiktok .....	85
4.17 <i>Screenshoot</i> Icon Posting untuk mengunggah video .....	85
4.18 <i>Screenshoot</i> jumlah viewers di Tiktok .....	90
4.19 <i>Screenshoot</i> jumlah Viewers di Instagram .....	91
4.20 <i>Screenshot</i> Penggunaan Hastag pada Konten akun @ifta.athiyah .....	95
4.21 <i>ScreenShoot</i> penggunaan Fitur Stich pada konten akun @ifta.athiyah .....	96

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

Islam adalah agama yang berisi tentang petunjuk-petunjuk Allah SWT, yang ditujukan kepada manusia sebagai penuntun dalam menjalani hidup di dunia. Allah SWT memberi petunjuk melalui Islam, agar manusia senantiasa menjadi manusia baik, beradab, berakhlakul kalimah, berkualitas menurut standar yang telah ditentukan agama, serta menjadi manusia yang selalu berbuat baik selama hidupnya.<sup>1</sup> Petunjuk yang diberikan Allah SWT, menjadi sebuah kontribusi kepada manusia dalam mempersiapkan bekal selama hidup di dunia serta mencapai keberhasilan di akhirat kelak.<sup>2</sup> Selain mendapat keberhasilan di akhirat, melalui petunjuk yang Allah berikan, manusia mampu membangun sebuah peradaban yang maju dengan tatanan kehidupan yang adil, reformisme, dan juga bebas dari segala bentuk ancaman, penindasan ataupun keresahan. Tanpa petunjuk Tuhan, manusia akan menjadi serakah tanpa mengetahui batasan yang harus dijaga antar sesama manusia, tanpa petunjuk Tuhan kejahatan akan ada dimana-mana, dan tanpa petunjuk Tuhan, manusia akan saling menindas karena adanya banyak perbedaan antar manusia. Dengan demikian Islam merupakan sebuah ajaran yang diperuntukkan untuk menjadi pegangan hidup umat manusia agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. Islam sendiri memiliki arti berserah diri

---

<sup>1</sup> Andy Dermawan, *Metodologi Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: LESFI, 2002), 14.

<sup>2</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Depok: PT Rajagrafindo, 2017), 22.

kepada Allah SWT, artinya Islam adalah agama yang memerintah penganutnya, untuk mengikuti perintah, menjauhi larangan, mematuhi kewajiban dan mengikuti segala petunjuk yang telah Allah berikan.<sup>3</sup> Petunjuk yang Allah SWT beri melalui Islam tersebut, supaya diketahui seluruh umat diseluruh penjuru dunia, maka perlu disebarluaskan melalui kegiatan dakwah.

Dakwah merupakan suatu keharusan yang mesti dilakukan, dalam upaya pengembangan agama Islam. Keharusan tersebut tertuang dalam aktivitas dakwah yang memerlukan metode dan aplikasi yang nyata dalam masyarakat, untuk mewujudkan proses aktifitas dakwah. Pentingnya pelaksanaan dakwah dalam agama Islam, membutuhkan keterlibatan setiap muslim untuk mengambil bagian dalam pelaksanaan aktivitas dakwah tersebut. Keterlibatan seorang muslim pada proses dakwah erat kaitannya dengan pengertian dakwah itu sendiri, yaitu sebuah aktivitas yang dilakukan untuk menyampaikan ajaran Islam pada seluruh aspek kehidupan umat manusia yang menggunakan sebuah metode, dan memiliki beberapa tujuan diantaranya sebagai upaya mewujudkan sistem Islam yang sesuai dengan permasalahan yang ada di masyarakat dan kebutuhan umat manusia pada masanya.<sup>4</sup> Penyampaian pesan agama Islam pada pelaksanaan dakwah, dapat dilakukan oleh perseorangan maupun kelompok atau lembaga dengan tujuan, agar sasaran dakwah dapat dengan mudah diterima, dan mengamalkan ajaran Islam pada keseharian hidupnya.<sup>5</sup> Dakwah dalam Islam juga berfungsi sebagai

---

<sup>3</sup> Andy Dermawan, *Metodologi Ilmu dakwah* (Yogyakarta: LESFI,2002), 15.

<sup>4</sup> Ahidul Asror, *Paradigma Dakwah* (Yogyakarta: LkiS, 2018), 14.

<sup>5</sup> Sofyan hadi, *Ilmu Dakwah* ( Jember : Centre for Society Studies, 2012), 30

kesiapan agama untuk menghadapi, segala keadaan dan tantangan yang akan dihadapi oleh umat manusia<sup>6</sup>

Pentingnya pelaksanaan dakwah tercantum dalam surat Al-Imron Ayat 104 yang berbunyi:

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

104. Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.<sup>7</sup>

Pesan- pesan agama Islam yang dikemas melalui dakwah, perlu disebarluaskan kepada khalayak luas untuk memperoleh tujuan- tujuan dakwah yang diimplementasikan pada kehidupan manusia dalam kehidupan sehari- harinya. Adapun tersebar luasnya pesan dakwah tersebut, perlu adanya alat/ saluran untuk menyampaikan gagasan dan isi pesan dakwah. Alat atau saluran tersebut, dalam dakwah disebut dengan media dakwah. Media dakwah berasal dari kata latin, yang secara harfiah memiliki arti “perantara” atau “pengantar” antara sumber pesan (Da’i) dengan penerima pesan (Mad’u). Media dalam aktifitas dakwah memiliki beragam jenis yang tersebar dan dipakai diberbagai kalangan masyarakat. Jenis media tersebut meliputi, media visual (foto, gambar, lukisan, miniatur dll), media Audio ( radio, kaset, lagu dsb), dan audio visual ( film, televisi, dsb). Kehadiran media di tengah-tengah

<sup>6</sup> Ahidul asror , *Paradigma Dakwah* (Yogyakarta: LkiS, 2018), 16

<sup>7</sup> Kemenag, *Al-Qur’an dan Terjemahan*, ( Bandung: Jabal Rohmah, 2009)



masyarakat tentunya tak bisa lepas dari peran teknologi yang berkembang dengan pesat. Tanpa peran teknologi, media takkan berarti apa-apa dalam kehidupan manusia.<sup>8</sup>

Kemajuan dan kemutakhiran teknologi disadari atau tidak, telah banyak mengubah gaya hidup dan cara berkomunikasi manusia antar satu sama lain. Penggunaan teknologi dalam kehidupan masyarakat, berguna sebagai jembatan masyarakat untuk mendapatkan informasi melalui internet dan melakukan berbagai aktivitas dengan mudah, selain itu perkembangan teknologi juga mengubah sudut pandang ataupun cara berfikir masyarakat dalam menghadapi berbagai persoalan yang sedang ataupun akan dihadapi.<sup>9</sup> Kemajuan teknologi dalam informasi, menyebabkan manusia untuk saling terikat tanpa mengenal batasan. Dulunya, batasan yang dihadapi oleh manusia untuk saling berhubungan yaitu keterbatasan yang disebabkan oleh jarak, waktu, jumlah, kapasitas, kecepatan, dll. Permasalahan-permasalahan tersebut dapat diatasi dengan perkembangan teknologi komunikasi yang menghapus batasan jarak dan waktu serta menjangkau lebih banyak khalayak yang dituju dimanapun dan kapanpun saat diperlukan<sup>10</sup>.

Pesatnya kemajuan teknologi saat ini, melahirkan internet sebagai produk teknologi yang paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Bentuk interaksi yang baru muncul akibat adanya internet adalah jika dimasa lalu, manusia berinteraksi harus face to face maka saat ini masyarakat, dapat

---

<sup>8</sup> Jasafat, *Konvergensi Media Dakwah* ( Banda Aceh: Ar-Rainy Press, 2020), 184-185

<sup>9</sup> Jasafat, *Konvergensi Media Dakwah*, 185.

<sup>10</sup> Jasafat, *Konvergensi Media Dakwah*, 186

melakukan interaksi cukup hanya melalui dunia virtual dan dapat melakukan interaksi hanya dengan interaksi sosial internet. Internet juga dapat menghubungkan manusia diberbagai belahan dunia yang tidak saling mengenal sebelumnya cukup hanya dengan mengoneksikan komputer atau smartphone dengan internet.<sup>11</sup> Internet sebagai media interaksi sosial diseluruh dunia, tak terkecuali Indonesia. Jumlah pengguna internet di Indonesia sangatlah pesat. Berdasarkan data yang telah diperoleh peneliti dari Kementrian Komunikasi dan Informatika, Di Indonesia disebutkan bahwa pengguna internet kurang dari 200 juta orang ditahun 1998, meningkat menjadi 1,7 miliar orang, di tahun 2010 artinya pengguna internet di Indonesia mencapai 30 juta orang atau sekitar 12,5 persen populasi penduduk Indonesia.<sup>12</sup> Adapun media yang terkoneksi dengan internet disebut Media Sosial.

Menurut Kaplan dan Haenlein Media Sosial adalah saluran berbasis internet yang dibangun berdasarkan dasar-dasar teknologi 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna. Pengertian lain diberikan oleh McCay-Peet dan Quan-Haase yang mendefinisikan Media Sosial sebagai layanan berbasis Web yang memungkinkan individu, komunitas, dan organisasi untuk mengkolaborasikan, menjalin interaksi dan membangun komunitas yang memungkinkan mereka untuk membuat, mengkreasi, secara bersama-sama mengkomodifikasi, berbagi dan terlibat dengan konten yang dibuat pengguna. Definisi lain tentang Media

---

<sup>11</sup> Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial* ( Jakarta: Kencana, 2016), 1

<sup>12</sup> Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial*, 3

Sosial diberikan oleh Carr dan Hayes mereka menyebutkan bahwasanya Media Sosial adalah saluran internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara selektif, hadir sendiri baik secara real-time atau tidak sinkron dengan khalayak yang luas atau sempit, memungkinkan mengkreasi konten yang dibuat pengguna dan adanya persepsi interaksi dengan pengguna lain

Dari kedua penjabaran tentang definisi Media Sosial, terdapat beberapa ciri penting yang dimiliki oleh Media Sosial. Yang pertama Media Sosial adalah media berbasis internet. Kedua, Media Sosial merupakan saluran interaksi dengan pengguna lain (interaktif : antar pengguna bisa saling merespon saat itu juga), ciri ketiga persepsi tentang interaktivitas yang tidak perlu secara khusus komunikasi yang berbentuk interpersonal, ciri tersebut sebagai cerminan bahwasanya Media Sosial bersifat sosial, berupaya menciptakan, memanfaatkan, ataupun mempertahankan interaksi antar penggunanya, dan ciri keempat adalah di Media Sosial, pengguna bisa mengkreasi pesan sesuai dengan keinginan.<sup>13</sup> Berdasarkan ciri yang dimiliki oleh Media Sosial maka dapat dikatakan, bahwa media yang sudah terafiliasi dengan teknologi adalah media yang sangat dibutuhkan Da'i dalam penyebaran pesan-pesan agama Islam, saat melakukan aktivitas dakwah. Kebutuhan Da'i pada teknologi untuk menyebarkan pesan dakwah dapat diwujudkan dengan memanfaatkan Media Sosial sebagai media yang dijadikan alat/ saluran penyebaran pesan dakwah. Melihat begitu pentingnya

---

<sup>13</sup> Eriyanto, *Analisis Jaringan Media Sosial* ( Jakarta: Kencana,2021), 60.

hubungan dakwah dengan Media Sosial, maka peneliti melakukan penelitian pada media sosial yang menggunakan akunnya sebagai sarana menyampaikan pesan dakwah. Peneliti akan berfokus pada Media Sosial paling populer, yang melahirkan berbagai macam konten seperti konten tutorial, konten edukasi, video hiburan konten dakwah, yaitu aplikasi Tiktok<sup>14</sup>

Tiktok adalah aplikasi Media Sosial berbasis internet dan audio visual yang dilengkapi dengan berbagai macam fitur editing seperti penambahan musik trending, filter wajah yang unik, rekaman video dan masih banyak lagi. Tiktok yang dirilis pada tahun 2016 oleh Zhang Yiming tersebut, mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Perkembangan aplikasi Tiktok yang sangat pesat terbukti dari Tiktok yang menduduki peringkat utama dengan unduhan aplikasi terbanyak pada tahun 2023. Tiktok mendapatkan presentasi 63% dari jumlah populasi jiwa masyarakat Indonesia.<sup>15</sup> Lengkapnya berbagai fitur serta kemudahan dalam menggunakan aplikasi Tiktok, banyak Da'i yang memfungsikan Media Sosial sebagai alat dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah pada akun Tiktok pribadinya, salah satunya ialah akun Tiktok @ifta.athiyah.

Dalam hal ini, pada observasi yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, saat mengamati beberapa akun Tiktok yang digunakan sebagai aktivitas dakwah, tidak banyak akun Tiktok yang dapat mengemas akunnya

---

<sup>14</sup> Fathia Nur Shabrina, Muhamad N Abdurrazaq, Alfi Satria, "Penggunaan akun tiktok husain basyaiban sebagai media dakwah terhadap minat mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAI-ALAZIZ dalam pembuatan konten Dakwah" Jurnal Ilmu Komunikasi dan Meddi Sosial 3,no 1 (Maret 2023): 178, <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.606>

<sup>15</sup> Sinta Sipa'atul Puazah, Asaas Puta, "Pemanfaatan akun tiktok oleh suara.com" Jurnal e-Procceding of Management 8, no. 6 (Desember 2022): 3534

dengan baik dan hal tersebut menjadikan konten dakwah yang telah disebarakan terasa hambar dan diabaikan oleh Khalayak online. Tuntutan mengemas dakwah dalam sebuah konten untuk menyeimbangkan perkembangan teknologi yang terjadi, sebagai upaya mendapatkan atensi dari khalayak dan mengaplikasikan dakwah di dunia nyata melalui dunia virtual, tentulah tidak mudah. Namun kesuksesan yang diperoleh oleh salah satu akun @ifta.athiyah pada palikasi Tiktok dapat menjawab persoalan seorang Da'i yang ingin menyebarkan pesan dakwahnya melalui media digital.

Kesuksesan akun @ifta.athiyah sebagai media dakwah dapat dilihat dari jumlah pengikut sebanyak 67.9k dan terdapat salah satu konten yang diunggahnya ditonton sebanyak 2 juta kali, membuktikan bahwa selama masih ada kemauan dan usaha pastinya apa diharapkan sebagai Da'i, dengan sampainya pesan dakwah kepada khalayak luas, dapat diwujudkan. Aktivitas dakwah yang dilakukan akun @ifta.athiyah dalam kontennya, menarik perhatian peneliti untuk mengetahui, bagaimana proses serta pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiyah. Akun @ifta.athiya sendiri adalah akun Tiktok yang kontennya membahas seputar keagamaan mulai dari muamalah, syariat, aqidah dll melalui QnA yang dibuka oleh pemilik akun @ifta.athiyah di kolom komentar pada setiap konten yang diunggahnya. Akun Tiktok @ifta.athiya merupakan akun dakwah, dibawah naungan Ning Iftah Atiyah. Maka dengan adanya latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada akun @ifta.athiyah yang menggunakan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah.

## **B. Fokus Penelitian**

- 1) Bagaimana proses mengelola akun @ifta.athiyah sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiya?
- 2) Bagaimana pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiya?

## **C. Tujuan Penelitian.**

- 1) Untuk mengetahui proses mengelola akun @ifta.athiyah sebagai media dakwah dalam akun @ifta.athiya.
- 2) Untuk mengetahui pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiyah.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yakni peran yang diberikan peneliti setelah melaksanakan penelitian. Manfaat penelitian terbagi menjadi 2. Yaitu manfaat praktik dan manfaat teoritis.

### 1. Manfaat Teoritis

- a) Dapat mengembangkan disiplin ilmu sosial berupa fenomena dakwah pada media sosial.
- b) Memberi gambaran terkait bentuk komunikasi yang terjadi pada proses penyebaran ajaran agama di Media Sosial.
- c) Meningkatkan literasi umat Islam terkait cara-cara yang efektif dan etis dalam menggunakan Media Sosial untuk berdakwah.

## 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis ialah manfaat yang dapat diberikan peneliti yang dapat dirasakan oleh masyarakat luas.<sup>16</sup> Topik penelitian, menjadi acuan dalam menentukan manfaat praktis pada penelitian. Dalam penelitian ini manfaat praktis yang diberikan diantaranya:

- a) Dapat memberi sebuah rekomendasi, terkait seorang Da'i yang ingin melakukan dakwah melalui media Digital.
- b) Memberi pemahaman kepada masyarakat terkait dengan proses penyebaran ajaran Islam di Media Sosial.
- c) Memberi kontribusi sebuah pemahaman berupa langkah awal dalam melakukan dakwah pada aplikasi Tiktok.

## E. Definisi Istilah

### 1. Pemanfaatan Aplikasi Tiktok

Aplikasi Tiktok termasuk Media Sosial, yang tidak hanya digunakan sebagai alat bertukar pesan ataupun berinteraksi, namun aplikasi Tiktok juga bisa dimanfaatkan sebagai sarana informasi, sarana hiburan, sarana pendidikan, sarana menambah pertemanan, media penghasil uang<sup>17</sup> dan juga dapat digunakan sebagai sarana dakwah yang paling efektif saat ini.<sup>18</sup>

<sup>16</sup> Oka Yadya, *Panduan Praktis Menulis karya Tulis Ilmiah* (DKI Jakarta: Guepedia, 2021) hal 50 B

<sup>17</sup> Safutri Putri, "*Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Presentasi Diri*" Skripsi, Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2021

<sup>18</sup> Muftisany Hafidz, *Dakwah Di Media Sosial*, (Sidoarjo: INTERA, 2021), hal 16

Ruang lingkup pada pemanfaatan media Tiktok pada penelitian ini, adalah pemanfaatan Media Tiktok sebagai sarana Dakwah, Saat ini Tiktok banyak digunakan khalayak luas sebagai suatu kebutuhan. Kegemaran masyarakat terhadap aplikasi Tiktok menyebabkan Da'i harus bisa menyebarkan agama, dengan apa yang menjadi kegemaran masyarakat. Tiktok adalah salah satu media yang menjadi media favorit masyarakat dan hal tersebut dapat dipergunakan untuk Tiktok dimanfaatkan sebagai media dakwah. Disamping itu, ketergantungan masyarakat terhadap Media Sosial, memunculkan tantangan bagi Da'i untuk dapat melebur dan mengimbangi peradaban yang ada.

## 2. Media Dakwah

Anwar Arifin membagi media kedalam 3 bentuk<sup>19</sup> yaitu media yang menyalurkan ucapan, media yang menyalurkan tulisan, dan media yang menyalurkan gambar hidup yang pesannya bisa ditangkap oleh mata sekaligus telinga. Adapun media dakwah menurut Asmuni Syukir<sup>20</sup> adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah. Media sebagai penyalur pesan dakwah dapat kita dapatkan melalui media massa ataupun dengan media sosial yang terhubung dengan internet. Strategi dalam menyiarkan agama Islam, melalui media-media yang sedang naik daun di kalangan masyarakat. Maka dari itu, dalam pembahasan ini penggunaan media sebagai sarana dakwah difokuskan

---

<sup>19</sup> Arifin Anwar, *Komunikasi Politik* (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), hal 94

<sup>20</sup> Mawardi, *Sosiologi Dakwah* (Ponorogo :Uwais Inspirasi Indonesia, 2018) hal. 34



pada Da'i yang menggunakan Tiktok sebagai media untuk mengantarkan pesan dakwah untuk menyampaikan ajaran- ajaran Islam.

### 3. Akun @iftha.athiya

Akun Tiktok @iftha.athiyah adalah salah satu dari sekian banyaknya akun Tiktok yang menggunakan akunnya untuk menyampaikan pesan-pesan agama. Hal tersebut terlihat dalam postingan pada akun Tiktoknya yang mengunggah konten Tiktok dengan menjawab question dari para followers yang menanyakan pertanyaan seputar keagamaan. Akun @iftha.athiyah memanfaatkan Tiktoknya dengan menyampaikan pesan agama secara lugas, bermakna, dan bermanfaat bagi pengguna akun lainnya. Dengan pengikut 67,8rb akun @iftha.athiya mampu menciptakan interaksi 2 arah yang terjadi dalam proses komunikasi dalam melalui media Sosial.

### F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada skripsi juga diharapkan untuk dapat memberi kemudahan kepada para pembaca untuk memahami isi dari karya tulis yang dibuat peneliti. Adapun dalam sistematika pembahasan ini, peneliti memberi sebuah penjelasan secara sistematis dan lengkap terkait penjelasan pada masing- masing bab. Terdapat lima bab yang tercantum pada penulisan ini, yaitu :

BAB I : Pada bab ini, peneliti memberikan sebuah penjelasan secara singkat terkait topik yang diteliti penulis. Adapun sub bab pada bab ini

berjumlah 6 meliputi konteks penelitian yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, serta sistematika pembahasan.

BAB II : Dalam bab ini terdapat 2 sub bab, yaitu yang pertama adalah penelitian terdahulu yang mana penelitian terdahulu tersebut berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian yang akan diteliti, penelitian terdahulu juga dicantumkan sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan. Sedangkan sub bab yang kedua, yaitu kajian teori mengenai penjelasan yang berkaitan dengan “ Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Pada Akun @ifta.athiyah”

BAB III :. Bab ini mencakup metodologi yang digunakan peneliti dalam penelitian. Dalam bab ini terdapat 7 sub bab diantaranya: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, serta tahapan- tahapan penelitian.

BAB IV : Pada bab IV terdiri dari pembahasan terkait data- data yang ditemukan di lapangan. Terdapat beberapa sub pada bab ini yaitu: A. Gambaran obyek penelitian yang berisi profil Ning Ifta Athiyah dan akun @ifta.athiyah. Sub B. Penyajian dan Analisis data yang merupakan uraian data yang ditemukan dilapangan beserta deskripsi dari keterangan data yang telah didapatkan berdasarkan fokus masalah yang telah ditentukan dan sub bab terakhir adalah C. Pembahasan temuan, yang pada sub bab ini peneliti mencantumkan hasil yang ditemukan dalam penelitian, berdasarkan data yang telah diuraikan pada penyajian dan analisis data.

BAB V : Bab ini, merupakan bagian terakhir dari penulisan skripsi yang dilakukan oleh peneliti. Isi atau kandungan yang terdapat pada bab ini terbagi menjadi 2 sub bab. Sub bab pertama adalah kesimpulan, pada bagian ini peneliti menyimpulkan dengan sederhana dan lebih meringkas yang telah diuraikan oleh peneliti dalam bab- bab sebelumnya. Sedangkan sub bab yang kedua adalah saran. Saran dalam penelitian ini adalah pemberian masukan serta rekomendasi oleh peneliti untuk pembaca ataupun objek yang diteliti. Namun meskipun dalam konteks saran tersebut, peneliti memberi rekomendasi akan tetapi saran serta berbagai masukan dari peneliti tidak ada kaitannya dalam menjawab fokus masalah yang dilakukan dalam penelitian.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

##### 1. Penelitian Terdahulu

- a) **Dian Nur Utami, Metode Dakwah Husain Basyaiban Melalui Tiktok, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana metode dakwah yang digunakan oleh Husain Basyaiban melalui Tiktok dan juga untuk mengetahui apa saja hal menyebabkan konten Husen Basyaiban mendapat perhatian yang lebih dari pengguna akun lain.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya Husen Basyaiban dalam berdakwah menggunakan metode bil hikmah dengan bahasa yang disesuaikan dengan para pengguna Tiktok, yakni generasi muda. Menggunakan maui'dzhah hasanah dengan nasihat-nasihat yang mudah dicerna khalayak luas, mujadzalah billati hiya ahsan yaitu dengan tanya jawab di kolom komentar. Penyebab konten Husen Basyaiban mendapat perhatian lebih ketimbang akun lainnya adalah: karena penyampaian pesan yang dilakukan Husen Basyaiban terkesan merangkul, konten yang sesuai dengan anak muda, konten yang mudah dimengerti serta cara bicara yang lemah lembut. Bila berpacu

pada teori McQuail, akun Tiktok Husain termasuk kategori media partisipasi kolektif dengan penyebaran konten yang mengandung informasi, pendapat, pengalaman serta menimbulkan afeksi dan emosional bagi para penonton.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti teliti terletak pada dakwah yang dilakukan di Tiktok, sama-sama menggunakan metode pendekatan kualitatif. Perbedaan kedua penelitian ini ada pada objek penelitian, serta permasalahan yang diangkat antara kedua peneliti.<sup>21</sup>

**b) Retno Anggraini Tri Ardana, Poppy Febriana, Analisa Fenomena Penggunaan Media Sosial Tiktok @duniaislam2 sebagai Media Dakwah. Jurnal Academia Globe Inderscience Research Vol 2, No 4 (2023)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa motif akun Tiktok @duniaislam2 dalam berdakwah di Media Sosial Tiktok. Hasil penelitian pada penelitian ini adalah, motif pengelola akun Tiktok @duniaislam dalam berdakwah di Media Sosial adalah karena 2 hal yakni pengalaman informan (pengelola akun @duniaislam2) yang sebelumnya mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi dakwah Islam, sebab harus terlebih dahulu ke masjid atau majlis untuk mendengarkan ceramah serta pengalaman informan yang tertarik dengan nasihat-nasihat yang diberikan pendakwah sebagai pedoman

---

<sup>21</sup> Utami, Dian Nur, “ *Metode Dakwah Husain Basyaiban melalui Tiktok*” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022

atas perilaku sehari-hari informan. Dalam melakukan dakwah di Media Sosial, motif informan dalam melakukannya adalah karena adanya kemudahan untuk mendapatkan informasi seputar dakwah-dakwah Islam yang dapat memberikan nasihat-nasihat ke banyak orang, melalui akun @duniaislam2.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas tentang penggunaan Tiktok sebagai media dakwah, persamaan juga terletak pada pendekatan metode penelitian yaitu metode kualitatif sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada permasalahan yang diangkat, jenis penelitian yang digunakan serta objek penelitian.<sup>22</sup>

**c) Novi Saputri, Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Presentasi Diri. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau Pekanbaru**

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menyelidiki pemanfaatan media Tiktok sebagai media presentasi diri, dikalangan siswi SMPN UKUI dan juga untuk memperoleh pemahaman mendalam terkait bagaimana pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai media presentasi diri. Hasil dari penelitian ini adalah :

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka adapun hasil penelitian pemanfaatan Tiktok di kalangan remaja SMPTN

---

<sup>22</sup> Retno Anggraini Tri Ardana dan Poppy Febriana, “Analisa Fenomena Penggunaan Media Sosial Tiktok @duniaislam2 sebagai Media Dakwah” *Academia Globe Researc Inderscience* 2, no 4 (2023) <https://doi.org/10.47134/academicia.v2i4.7> diakses pada 23 November 2023

2 Ukui Pekan baru adalah manfaat media tiktok sebagai sarana informasi, karena dalam penggunaannya, aplikasi Tiktok tak jarang digunakan untuk mendapatkan media informasi karena dalam Tiktok seseorang bisa mendapatkan informasi ter-update, pemanfaatan Tiktok selanjutnya adalah sebagai sarana hiburan. Penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media hiburan bisa terlihat dari kegiatan menonton video, meniru video yang dianggap menarik, serta memberi pengalaman saat membuat video bersama teman temannya. Selanjutnya, pemanfaatan Tiktok untuk menambah pertemanan, hal tersebut ditengarai oleh banyaknya kenalan dari Tiktok yang berasal dari tempat yang jauh-jauh, dan yang terakhir manfaat Tiktok untuk menghasilkan uang, karena menurut informan ketika pengguna berselancar di Tiktok, pengguna bisa mendapatkan saldo sesuai durasi video yang ditonton.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti adalah, sama-sama meneliti mengenai pemanfaatan tiktok, pendekatan dalam penelitian ini yakni, kualitatif. Perbedaan antara kedua penelitian ini ada pada permasalahan yang diangkat, objek maupun subjek penelitian.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Novi Safutri, "*Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Presentasi Diri Studi di Kalangan Remaja SMPN 2 Ukui Kabupaten Pelalawan*". (Skripsi, UI Riau Pekanbaru, 2021)

**d) Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Volume 2 No.1 (2021)**

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui manfaat Tiktok sebagai media dakwah pada kalangan Dosen di IAI Sunan Kalijogo Malang dengan memanfaatkan aplikasi Tiktok

Adapun hasil dari penelitian ini ialah, Tiktok memberikan banyak manfaat sebagai media dakwah, terdapat 2 macam manfaat yang diberikan oleh Tiktok yakni pemanfaatan Tiktok sebagai media komunikasi dan juga manfaat Tiktok sebagai media dakwah. Tiktok sebagai media jejaring sosial, menjadi salah satu media komunikasi yang populer hal ini disebabkan karena Tiktok adalah platform yang dapat memberikan informasi up to date dan juga ketersediaan berbagai

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

macam informasi yang banyak ditemukan banyak manusia dalam mencari informasi juga ketersediaan berbagai fitur dalam aplikasi Tiktok juga menjadi alasan aplikasi tersebut, untuk dimanfaatkan sebagai media komunikasi oleh berbagai kalangan. Pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah adalah, karena Tiktok menciptakan peluang untuk literasi khasanah keilmuan tentang agama yang sangat diperlukan oleh masyarakat yang saat ini tak bisa lepas dari penggunaan smartphone. Jangkauan yang luas, serta tak terbatas



menjadi dasar bagi Da'i, atas terpilihnya aplikasi Tiktok sebagai aplikasi untuk berbagi keilmuan tentang agama Islam.

Adapun perbedaan pada kedua penelitian ini adalah perbedaan pada subyek yang digunakan dalam penelitian, serta fokus permasalahan antara kedua penelitian. sedangkan persamaan antar kedua penelitian ini ada pada kesamaan manfaat dari menggunakan Tiktok sebagai media dakwah serta kesamaan yang terletak pada jenis pendekatan dalam melakukan penelitian.<sup>24</sup>

e) **Aan Mohamad Burhanudin, Yayah Nurhidayah, Ulfa Chaerunisa, Dakwah Melalui Media Sosial (Studi tentang pemanfaatan Media Instagram @cherbofeminist sebagai media dakwah mengenai kesetaraan Gender**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan dakwah dalam akun Instagram @cherbofeminist mengenai kesetaraan gender, untuk mengetahui konten apa saja yang disajikan oleh akun Instagram @cherbofeminist dan untuk mengetahui bagaimana respon followers @cherbofeminist mengenai dakwah kesetaraan gender.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah akun @cherbofeminist memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah, langkah- langkah yang dilakukan oleh akun @cherbofeminist dalam membuat konten yakni: membaca atau melakukan wawancara, mengambil intisari kemudian melakukan pembuatan konten yang

<sup>24</sup> Sholikhatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, “Pemanfataan Media Tiktok Sebagai Sarana Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang”, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam 2, no 1 (Januari 2021)

menarik, serta kendala-kendala saat membuat konten, Adapun konten yang terdapat pada Instagram @cherbofeminist yakni : konten mengenai perspektif keadilan, konten terkait hadist-hadist hak perempuan dalam Islam, konten mengenai pesan motivasi untuk menegakkan kesetaraan dan keadilan, serta konten tentang pembelajaran dalam menambahkan nilai-nilai keadilan dan kesetaraan. Respon yang diberikan para followers @cherbofeminist dinilai positif dan efektif dalam menggunakan Instagram sebagai media dakwah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas Media Mosial yang dijadikan sebagai media dakwah, penggunaan pendekatan penelitian kualitatif. Perbedaan terletak pada subjek penelitian, pembahasan yang diangkat, serta jenis penelitian yang digunakan.<sup>25</sup>

**Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian terdahulu**

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Dian Nur Utami	Metode Dakwah Husain Basyaiban melalui Tiktok	1. Tiktok sebagai Media Dakwah 2. Jenis pendekatan Penelitian	1. Subjek Penelitian 2. Fokus Permasalahan
2	Retno Anggraini Tri	Analisa Fenomena	1. Media Tiktok	1. Permasalahan yang

<sup>25</sup> Aan Mohammad Burhanudin dkk, “ Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbofeminist sebagai media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender”, Juranl Dakwah dan Komunikasi 10, Vol 2 (Desember, 2020)

	Ardana	Penggunaan Media Sosial Tiktok @duniaislam 2 sebagai Media Dakwah	Sebagai Media Dakwah 2. Menggunakan Metode Penelitian Kualitatif	dibahas 2. Jenis Penelitian 3. Objek Penelitian
3	Novi Saputri	Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Presentasi Diri	1. Fokus Masalah 2. Menggunakan Metode Penelitian Kualitatif	1. Permasalahan yang diangkat 2. Subyek Penelitian 3. Objek Penelitian
4	Sholihatul Atik Hikmawati & Luluk Farida	Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Dakwah bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo	1. Jenis metode Pendekatan saat penelitian 2. Pembahasan Tiktok sebagai Media Dakwah	1. Subyek Penelitian 2. Fokus Masalah
5	Ahmad Mohamad Burhanudin dkk	Dakwah melalui Media Sosial studi tentang pemanfaatan Media Instagram	1. Pembahasan Media Sosial sebagai Media Dakwah 2. Menggunakan Pendekatan	1. Subjek Penelitian 2. Jenis Penelitian 3. Fokus Permasalahan

		@cherbonfe minist sebagai Media Dakwah mengenai Kesetaraan Gender	Kualitatif	
--	--	--	------------	--

Penelitian yang telah peneliti sebutkan diatas, merupakan suatu gambaran atau pelengkap dan tambahan warna bagi penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terhadap penelitian yang dilakukan peneliti saat ini. Berdasarkan uraian pada tabel diatas, penelitian ini berbeda dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Perbedaan tersebut terjadi karena penelitian ini meneliti bagaimana sebuah akun yang belum lama digunakan sebagai media dakwah, yang namanya , bahkan keberadaannya jarang mendapat atensi khalayak online, namun sampai saat ini masih eksis dan mampu untuk mempertahankan eksistensinya dan viewers kontennya yang jumlahnya ribuan.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Dakwah**

#### a) Pengertian Dakwah

Dakwah diambil dari bahasa Arab yang terdiri dari ( da'a, yad'u, da'watan), yang memiliki arti menyeru, memanggil, mengajak, menjamu, mendo'a, atau memohon. Sebanyak 215 kali Al-quran menyebutkan kata

dakwah, dengan segala perubahan maknanya dalam Al-Quran<sup>26</sup>. Secara Bahasa, kata dakwah mengandung pengertian ath-thalab (permintaan). Dakwah dalam “Da’a as-syai” diartikan meminta didatangkan sesuatu, dan jika dakwah dalam kalimat “Da’a ila as-syai” maka berarti mendorong untuk melakukan tujuannya, dakwah dalam kalimat “Da’a ila as-shalah”, “Da’a ila ad-din”, maka hal tersebut dapat diartikan bahwa mereka mendorong untuk melakukan perbuatan tersebut.<sup>27</sup>

Secara terminologis, menurut Adi sasono dakwah didefinisikan sebagai ajakan kepada manusia menuju jalan kebaikan dan petunjuk untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat<sup>28</sup> atau bisa dikatakan dakwah ialah aktifitas dan upaya dalam mengubah manusia, baik individu maupun kelompok masyarakat dari situasi yang tidak baik melangkah pada situasi yang dinilai baik, pendapat lain mengatakan bahwa dakwah merupakan suatu proses penyampaian ajaran Islam yang dilakukan dengan sadar dan sengaja<sup>29</sup>

Tidak semua panggilan/ seruan/ ajakan dapat berarti dakwah. Dakwah ialah panggilan, seruan atau ajakan yang mengarah pada kebaikan yang membawa Mad’u (masyarakat/ jamaah) berubah dari suatu keadaan menuju keadaan yang lebih baik. Secara universal agama mengajarkan kebaikan kepada para umatnya. Kebaikan menuntun manusia dalam kehidupan dunia agar memperoleh kebahagiaan, baik dalam kehidupan

<sup>26</sup> Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang: Madani, 2016) hal. 6

<sup>27</sup> Muhammad Abu Al-Fath Al- Bayanuni, *Pengantar studi Ilmu Dakwah*, ( Jakarta: Pustaka Al-kautsar, 2021) hal 11 3

<sup>28</sup> Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi dakwah* ( Jakarta: Kencana, 2016) , 8

<sup>29</sup> Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi dakwah*. 9

dunia maupun kehidupan akhiratnya. Oleh karena itu, lumrahnya, dakwah selalu dengan pengertian ajakan kepada perubahan dalam rangka kebaikan yang bernuansa keagamaan.<sup>30</sup> Dalam mentransformasikan ajaran-ajaran agamanya, Islam tidak bisa melepaskan dak'wah, sebagai suatu proses dalam menyampaikan pesan-pesan ajaran agamanya untuk menunjukkan eksistensi keberadaan agama Islam. Sekalipun dunia telah menciptakan teknologi tercanggih, dakwah tetap tidak tergantikan.

b) Landasan Hukum Dakwah

Segala sesuatu pastinya memiliki hukum dasarnya. Ar-razi dalam tafsirnya<sup>31</sup> yang mengacu pada surah An-nisa ayat 59 menerangkan bahwasanya terdapat 4 sumber hukum dalam Islam yakni Al-Qur'an, Hadist, Ijma, Qiyas, keempat sumber hukum tersebut sudah disepakati oleh para Ulama'.

Dalam Islam, Al-quran bukan hanya sebagai landasan hukum akan tetapi Al-Qur'an menjadi sumber ilmu pengetahuan. Dijelaskan Syafruddin hadist nabi/ assunnah, diartikan secara harfiah adalah cara, adat, istiadat, kebiasaan hidup yang mengacu pada perilaku nabi yang menjadi suri tauladan, baik berupa ucapan, perbuatan, maupun pengakuan dan sifat nabi Muhammad SAW. Ijma' yakni kesepakatan para mujtahid umat nabi Muhammad, setelah kewafatan beliau pada suatu persoalan

<sup>30</sup>Yunan Yusuf, *Dakwah Rasulullah Sejarah dan Problematikanya* ( Jakarta: Kencana, 2016) hal. 18

<sup>31</sup> Robi, *Dasar- Dasar Ekonomi Islam* ( Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2020) hal 69

mengenai hukum syar'i, sedangkan qiyas adalah untuk mengetahui sesuatu dengan menyamakannya seperti hukum sesuatu sebelumnya<sup>32</sup>

Landasan Dakwah dalam Alquran<sup>33</sup>, diantaranya:

- 1) Dakwah sebagai mengajak atau menyeru pada kebaikan serta mencegah kepada kemungkaran. Hal ini terdapat pada Q.S AL-Baqarah 221

وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكَةَ حَتَّىٰ تُؤْمِنَ ۚ وَلَا أُمَّةٌ مُّؤْمِنَةٌ حَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكَةٍ وَلَا  
أَعْجَبَتْكُمْ ۗ وَلَا تُنكِحُوا الْمُشْرِكِينَ حَتَّىٰ يُؤْمِنُوا ۚ وَلَعَبْدٌ مُّؤْمِنٌ خَيْرٌ مِّنْ  
مُّشْرِكٍ ۚ وَلَا أَعْجَبَكُمْ ۗ أُولَٰئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ ۖ وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَى الْجَنَّةِ  
وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ ۖ وَيُبَيِّنُ آيَاتِهِ ۖ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٢٢١﴾

221. Janganlah kamu menikahi perempuan musyrik hingga mereka beriman! Sungguh, hamba sahaya perempuan yang beriman lebih baik daripada perempuan musyrik, meskipun dia menarik hatimu. Jangan pula kamu menikahkan laki-laki musyrik (dengan perempuan yang beriman) hingga mereka beriman. Sungguh, hamba sahaya laki-laki yang beriman lebih baik daripada laki-laki musyrik meskipun dia menarik hatimu. Mereka mengajak ke neraka, sedangkan Allah mengajak ke surga dan ampunan dengan izin-Nya. (Allah) menerangkan ayat-ayat-Nya kepada manusia agar mereka mengambil pelajaran.<sup>34</sup>

- 2) Dakwah sebagai suatu kegiatan untuk memotivasi seseorang dengan pengetahuan yang mendalam dengan tujuan agar motivasi tersebut tepat sasaran, berjalan di jalan yang Allah ridhoi serta untuk meninggikan agama Islam<sup>35</sup>, terdapat pada Q.S Yunus 25 :

<sup>32</sup> Robi, *Dasar- Dasar Ekonomi Islam*, 68-73

<sup>33</sup> Moh, Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* ( Jakarta: Kencana, 2017) hal 6-7

<sup>34</sup> Kemenag, *Al-Quran dan Terjemahan*, 35

<sup>35</sup> Rahmat Ramdhani, *Pengantar Ilmu Dakwah* ( Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2018) , 2 3

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ ﴿١٠٤﴾

25. Allah menyeru (manusia) ke Dārussalām (surga) dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki menuju jalan yang lurus (berdasarkan kesiapannya untuk menerima petunjuk).<sup>36</sup>

3) Dakwah sebagai suatu kewajiban<sup>37</sup> ditunjukkan dalam ayat Q.S Ali Imron 104

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

104. Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar.111) Mereka itulah orang-orang yang beruntung.<sup>38</sup>

c) Unsur Dakwah

Unsur dakwah adalah elemen yang menyebabkan kegiatan dakwah terlaksana. Tanpa adanya unsur dakwah, maka kegiatan yang dilakukan saat menyampaikan pesan dalam komunikasi, belum bisa dinyatakan sebagai kegiatan dakwah<sup>39</sup>. Unsur- unsur dakwah yaitu:

1) Da'i. Seseorang yang melakukan atau menyampaikan kegiatan dakwah baik secara lisan, maupun tulisan baik berupa individu ataupun yang hadir dalam bentuk sebuah organisasi dalam menyampaikan pesan

<sup>36</sup> Kemenag, Al-quran dan terjemahan, 221

<sup>37</sup> Azizi Jum'ah Amin Abdul, Fiqh Dakwah (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2015) , 16

<sup>38</sup> Kemenag, Qur,an dan terjemahan, 63

<sup>39</sup> Deni Zam Jami, Dakwah Marginal ( Jawa Tengah: Wawasan Ilmu, 2023), 6



ajaran Islam, maka disebut Da'i. Da'i berasal dari kata Bahasa arab, berupa fail artinya yang mengajak, yang menyeru, yang memanggil pada jalan Allah SWT. Sebutan lain dari Da'i yakni mubaligh, subyek dakwah, pelaku dakwah atau aktivis dakwah<sup>40</sup>

Setiap muslim adalah Da'i. maksudnya setiap muslim adalah sebagai penyeru, mengajak pada kebaikan dan mencegah pada kemungkaran, kewajiban setiap muslim untuk melakukan dakwah pada ajaran agama yang bersifat mudah dan diketahui secara umum, sedangkan Da'i yang disebut dengan ulama' mubaligh adalah yang melaksanakan tugas dakwah pada masalah- masalah tertentu, yang memerlukan suatu hukum, penjabaran serta uraian mendalam terkait agama.<sup>41</sup> Ulama atau Mubaligh , sebagai Da'i yang menyampaikan pesan dakwah pada umat manusia, maka terdapat etika yang harus dipatuhi yaitu :

1. Tidak memisahkan antara Ucapan dan perbuatan. Apa yang dikatakan Da'i dalam menyampaikan pesan dakwah harus diterapkan dalam kehidupan sehari-harinya.
2. Tidak melakukan toleransi Agama. Dalam Islam memang dianjurkan toleransi namun lain halnya dengan masalah keyakinan hal ini sesuai dengan surat Al-Kafirun yang menegaskan bahwa agamamu untukmu dan agamaku untukku.

<sup>40</sup> Deni Zam Jami,, 6

<sup>41</sup> Deni Zam Jami, *Dakwah Marginal*, 6-7

3. Tidak menghina sesama Non-muslim. Artinya Da'i sangat menjadi tercela jika menghina tuhan umat yang lain.
4. Tidak melakukan deskriminasi sosial. Artinya bahwa hendaknya seorang Da'i tidak membeda-bedakan atau pilih kasih sesama manusia.
5. Tidak memungut imbalan. Menurut Madzhab Hanafi, memungut imbalan dalam berdakwah hukumnya haram secara mutlak. Baik dengan perjanjian sebelumnya ataupun tidak.
6. Tidak berteman dengan pelaku maksiat. Ketika Pendakwah berteman dengan pelaku maksiat dikhawatirkan akan memunculkan spekulasi kepada orang-orang bahwa perbuatan yang dilakukan pelaku maksiat itu direstui oleh Da'i yang menjadi teman pendakwah.
7. Tidak menyampaikan hal-hal yang tidak diketahui. Da'i yang menyampaikan suatu hukum, namun ia tidak mengetahuinya maka dapat dipastikan hukum tersebut pasti menyesatkan umat.<sup>42</sup>

- 2) Mad'u. Mad'u adalah objek dakwah sebagai penerima pesan-pesan dakwah. Mad'u kerap kali disebut juga dengan audiens, pendengar, publik atau masyarakat. Mad'u dapat berupa perorangan, komunitas ataupun masyarakat hukum yang mana dalam konteksnya mad'u

---

<sup>42</sup> M. Munir, Metode Dakwah ( Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2019), 83-94

dapat berupa seseorang yang belum memeluk agama Islam ataupun yang sudah masuk Islam.<sup>43</sup>

- 3) Materi Dakwah. Materi Dakwah yaitu pesan informasi, atau ajaran serta nilai- nilai yang disampaikan oleh Da'i . Pesan dalam dakwah ialah seputar tentang Islam itu sendiri yang diwahyukan Allah SWT kepada Rasulnya yang ada pada Alquran dan Hadist.<sup>44</sup> Maddah dakwah dapat diklasifikan berdasarkan empat masalah pokok, yaitu 1. Masalah Aqidah, 2. Masalah Syariat, 3. Masalah Mu'amalah serta 4. Masalah Akhlak<sup>45</sup> :

- (a) Masalah Aqidah. Aqidah memiliki makna sesuatu yang diyakini dan ditetapkan oleh hati manusia. Ibnu Taimiyah menjabarkan mengenai makna dari Aqidah, yaitu suatu hal yang harus dibenarkan dalam hati, diteguhkan dalam keyakinan yang mana hal tersebut menjadikan jiwa yakin dan tanpa keraguan, kebimbangan dan kesukaran. Keyakinan tersebutlah yang dinamakan Aqidah dalam keimanan. Keimanan yang pasti tidak akan terkandung suatu keraguan apapun pada orang yang meyakiniinya.<sup>46</sup> Dalam persoalan manusia, aqidah memberi jawaban atas persoalan manusia karena

<sup>43</sup> Deni Zam Jami, *Dakwah Marginal*, 8

<sup>44</sup> Deni Zam Jami, *Dakwah Marginal*, 10

<sup>45</sup> Munir Muhammad dan Wahyu Ilahi, "*Managemen dakwah islam*" (Jakarta: Kencana, 2006) 24-30 3

<sup>46</sup> Nashrullah Galuh dan Kartika Mayangsari R "*Pendidikan Aqidah dalam Perspektif Hadist*", *Jurnal Transformatif* 1, no 1 (2017) 3

Islam menjelaskan bahwa alam semesta, manusia dan kehidupan adalah ciptaan (makhluk) bagi penciptanya (Al-Khaliq)<sup>47</sup>

(b) Masalah Syariat. Pengertian syariat secara estimologi yakni syariah adalah jalan lurus yang harus dilaksanakan. Adapun secara terminologi syariat adalah ketetapan-ketetapan Allah SWT untuk kemaslahatan umat manusia di dunia dan di akhirat. Qatanah memberi pengertian terkait syariat yakni seperti yang diriwayatkan oleh Ath-thabrani yang mengkhususkan pemakaian kata “Syariah” untuk hal-hal yang menyangkut kewajiban, sanksi, hukum, perintah dan larangan yang kemudian kata syariat tertuju pada hukum-hukum Islam baik yang ditetapkan langsung oleh Al-quran, assunnah, atau yang dicampuri oleh pemikiran manusia (ijtihad). Kegunaan syariat dalam kehidupan yakni untuk menjembatani semua manusia dalam berpijak dan berpedoman pada ajaran Agama Islam.<sup>48</sup>

(c) Masalah Muamalah. Dalam Islam muamalah adalah tukar menukar barang atau sesuatu yang memberi manfaat dengan cara yang ditentukan seperti jual beli, sewa menyewa, upah mengupah pinjam meminjam dan usaha lainnya. Didasari oleh peraturan agama sehingga kehidupan mejadi lebih terjamin dan takkan ada perbuatan yang tercela. Dalam muamalah pembahasannya meliputi

<sup>47</sup> Daniel Yudi Irfan, *Aqidah Islam* (Pekan Baru: Yayasan Do'a Para Wali, 2014), 4-5

<sup>48</sup> Sutisna, *Syariah Islamiyyah* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2015), hal 4

aspek jual beli, khiyar, riba, salam, syufah, qirad, musaqah, muzaraah, jialah, sewa-menyewa, utang piutang, dll<sup>49</sup>

(d) Masalah Akhlak. Secara Bahasa akhlak yaitu tingkah laku, perangai atau tabiat. Sedangkan dalam istilah, akhlak artinya pengetahuan yang menjelaskan terkait baik dan buruk, mengatur pergaulan manusia, dan menunjukkan tujuan akhir dari usaha dan pekerjaannya. Akhlak melekat pada diri seseorang, Bersatu dengan perbuatan atau prilaku. Jika prilaku seseorang buruk maka dinamakan akhlak mazmumah sebaliknya jika prilaku seseorang tersebut terpuji maka dinamakan akhlak mahmudah. Akhlak terbagi menjadi 3 dalam manusia berhubungan. Yakni yang pertama pola prilaku manusia terhadap hubungan dirinya dengan Allah ( hablumminallah), perilaku manusia terhadap hubungan dengan sesamanya ( hablumminannas) dan prilaku manusia yang berhubungan dengan alam ( hablumminalalam)<sup>50</sup>

4) Media Dakwah. Saluran yang digunakan Da'i untuk berdakwah. Media dakwah dapat berupa lisan, lukisan, audio, audio visual. Pendapat lain menyatakan media adalah alat yang digunakan Da'i untuk menyampaikan pesan dakwah dan agar supaya pesan-pesan tersebut dapat diterima Islam maka Da'i harus menggunakan berbagai macam media dakwah.<sup>51</sup>

<sup>49</sup> Afivah Nur, *Muamalah dalam Islam* (Semarang: Penerbit Mutiara Aksara, 2019) hal 1-

<sup>50</sup> Damanhuri, *Akhlak Tasawuf* (Banda Aceh: peNA, 2010), hal 28

<sup>51</sup> Deni Zam Jami, *Dakwah Marginal*, 11

- 5) Metode Dakwah atau thariqah dakwah. Cara yang dirasa paling efektif untuk menyampaikan pesan dakwah meliputi strategi melakukan dakwah, rencana sistem serta tata cara manusia. Dalam komunikasi, metode dakwah sama halnya dengan cara-cara yang digunakan komunikator (Da'i) untuk menyampaikan informasi kepada komunikan (Mad'u)<sup>52</sup>
- 6) Atsar atau efek. Berasal dari Bahasa Arab, atsar artinya bekas sesuatu, sisa, atau tanda. Pengaruh atau efek dakwah sangatlah penting untuk diperhatikan. Karena hal ini bersangkutan dengan perubahan yang dialami oleh Mad'u setelah tersampainya pesan dakwah. Dengan memperhatikan atsar, maka Da'i bisa menyimpulkan apakah dakwah yang dilakukannya sudah mencapai tujuan dakwah.<sup>53</sup>

#### d) Fungsi Dakwah

1. Fungsi Dakwah dalam kerisalahan adalah sebagai bentuk upaya melanjutkan tugas kerasulan nabi Muhammad sebagai pembawa risalah.
2. Dakwah berfungsi untuk membantu pengimplemantasikan iman manusia antara Tuhan dengan hambanya melalui keyakinan akan kebenaran Islam.
3. Dakwah berfungsi sebagai pewaris nilai nilai keislaman yang berupa dasar- dasar tauhid, ibadah dan akhlak pada generasi berikutnya.

<sup>52</sup> Deni Zam Jami, *Dakwah Marginal* , 12.

<sup>53</sup> Deni Zam Jami, *Dakwah Marginal* , 13.

4. Dakwah merupakan ikhtiyar seorang Muslim dalam upaya mendapat hidayah dan keridhoan Allah SWT.
5. Melakukan dakwah sama halnya dengan menyatakan kepedulian kita terhadap sesama Muslim karena tidak membiarkan saudara kita terjerumus pada kemungkarannya dan mengajak kepada kebaikan.<sup>54</sup>

## 2. Media Sosial

Van Dijk mengungkapkan pengertian dari Media Sosial adalah sebuah platform yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi<sup>55</sup>. Oleh karenanya, Media Sosial dapat dilihat sebagai media online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial. Media Sosial merupakan saluran publikasi yang semakin meningkat penggunaannya di era digital seperti saat ini, pemakaian yang diakses dengan mudah serta tanpa batas membuat Media Sosial berkembang dengan sangat pesat. Hal ini ditandai pada tahun 2002 facebook, yang merupakan salah satu Media Sosial memegang peranan yang sangat penting sebagai media utama dalam publikasi dan pemberitaan opini<sup>56</sup>.

Kalamas menjelaskan<sup>57</sup> Media Sosial adalah suatu sarana bagi penggunanya untuk berbagi, saling berpartisipasi, antar partisipan suatu media yang dirancang untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet atau teknologi. Karakteristik Media Sosial mendorong terjadinya

---

<sup>54</sup> Abdul Wahid, *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antar Budaya* ( Jakarta: PrenamaMedia Group, 2019) hal 21-22.

<sup>55</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung : SimbiosisRekatama Media. 2020), 11

<sup>56</sup> Fahmi Gunawan dkk, *Religion Society & Social Media* ( Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018) hal 1

<sup>57</sup> Fahmi Gunawan dkk, *Religion Society & Social Media*, 20

komunikasi 2 arah, umpan balik dalam Media Sosial terbuka melalui sarana voting, kolom komentar, mendorong keterlibatan semua pihak yang melakukan komunikasi di Media Sosial, Media Sosial memungkinkan masyarakat untuk membentuk suatu komunitas secara cepat dan berkomunikasi secara efektif serta berkembangnya Media Sosial atas keterhubungan antar penggunanya yang dapat memanfaatkan link situs, sumber dan manusia, dimana Media Sosial ialah sebuah sarana virtual yang menjadi alat pentransformasian informasi kepada publik dengan lebih cepat dan dapat langsung di respon oleh pengguna Media Sosial lainnya<sup>58</sup>

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan teori difusi inovasi dalam melakukan penelitian. Teori difusi inovasi ialah suatu proses menyebarnya ide-ide atau hal-hal yang baru, dalam upaya merubah masyarakat secara terus- menerus dari suatu tempat menuju tempat lain, dari kurun waktu ke waktu berikutnya, dari suatu bidang tertentu ke bidang yang lainnya, perubahan dari suatu bidang menuju bidang yang lain, kepada sekelompok anggota dari sistem sosial<sup>59</sup>. Teori difusi inovasi pertama kali dikenalkan oleh Everet M. Rogers pada tahun 1962, yang menjabarkan tentang pengenalan dan adaptasi suatu inovasi oleh suatu komunitas, teori ini juga merupakan salah satu teori komunikasi yang cukup banyak digunakan dalam berbagai macam penelitian terutama penelitian yang berkaitan dengan sosialisasi ide baru. Pada komunikasi, dapat diketahui jika tempat

---

<sup>58</sup> Fahmi Gunawan dkk, *Religion Society & Social Media*, 21

<sup>59</sup> Muhammad Iqbal Khatami, Adhianty Nurjanah “ *Difusi Inovasi dalam Penerapan Komunikasi Bencana pada Masa Mitigasi oleh Forum Pengurangan Risiko Bencana*” Jurnal *Audiens* 3, no 3 ( September 2022 ): 124. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i3.13152>



penampungan awal pesan, sebelum disebarluaskan adalah media. Dengan demikian, media memiliki peranan yang sangat krusial dalam pembangunan yang terhubung dengan difusi dan adopsi terhadap inovasi sosial dan teknis yang penting bagi modernisasi.<sup>60</sup>

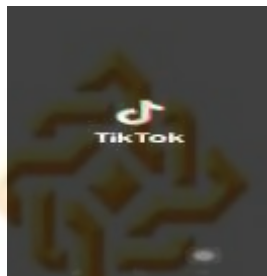
Media Sosial berbeda dengan media konvensional yang tidak memberi ruang untuk komunikasi memberi feedback secara langsung, sedangkan Media Sosial memberi kesempatan para komunikasi dapat berinteraksi dengan komunikasi. Proses komunikasi pada Media Sosial terjadi 2 arah dan pesan yang disampaikan pun beragam, sedangkan pada media konvensional seperti tv, radio dll komunikasinya berlangsung hanya satu arah dan pesan yang disampaikan pun tidak bervariasi artinya 1 macam dan juga dilakukan secara serentak.

Tidak seperti interaksi langsung (face to face), Media Sosial memberi bentuk interaksi baru yang membawa penggunanya kembali pada hubungan interpersonal yakni interaksi berbasis komputer. Media Sosial dapat menyebabkan interaksi antar individu secara realtime dan fleksibel, namun tuntutan waktu yang barupun akan tercipta dengan penggunaan Media Sosial saat ini.

---

<sup>60</sup> Toto Haryadi, “*Adaptasi Teori Difusi Inovasi dalam Game “Yuk Benahi” dengan Pendekatan Komunikasi SMCR*” *Junal Audience* 1, no 1, (2018), 3

### 3. Aplikasi Tiktok



**Gambar 2.1 Screenshot Tampilan Tiktok pada Smartphone<sup>61</sup>**

Tiktok merupakan aplikasi berbasis internet yang berupa pembuatan video- video berdurasi pendek. Pemilik aplikasi Tiktok ialah Bytedance. ByteDance merupakan sebuah perusahaan yang didirikan oleh Zhang Yimin pada tahun 2012 yang terletak di Beijing. Aplikasi Tiktok dirilis pada September tahun 2016. Aplikasi Tiktok dipergunakan untuk menciptakan video musik berdurasi pendek, aplikasi ini juga memberikan akses bagi para penggunanya untuk dapat berpartisipasi, berbagi dan membuat konten menarik mereka sendiri, dalam Tiktok terdapat 5 jenis konten yaitu konten hiburan, konten edukasi, konten memasak, konten haul, dan konten tutorial. Di Indonesia pengguna terbanyak aplikasi Tiktok adalah remaja<sup>62</sup>

Penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media pembuatan konten dinilai sangat efektif, karna Tiktok menyediakan fitur yang unik dan menarik oleh para penggunanya. Selain unik dan menarik, fitur yang tersedia di aplikasi Tiktok juga sangat memungkinkan pengguna mendapatkan hasil editan video

---

<sup>62</sup> Parhan Muhammad, dkk, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Muslim UP", Jurnal Hikmah 16, no 1 (Juni:2022)

yang memukau secara instan dan anti ribet. Pemanfaatan Tiktok selain menjadi sarana hiburan juga bisa digunakan untuk berbagai macam pemanfaatan lainnya seperti sebagai media informasi, sebagai media pembelajaran, sebagai media promosi, sebagai media dakwah dll

Aplikasi Tiktok pertama kali diluncurkan pada September 2016 yang dikembangkan oleh developer, Zhang yimin. Zhang Yimin seorang sarjana software enginer dari universitas Nankai yang mendirikan perusahaan yang diberi nama ByteDance di bulan Maret tahun 2012. Sebelum mengembangkan aplikasi yang kini dikenal dengan Tiktok, awalnya ByteDance merupakan perusahaan yang meluncurkan aplikasi berita, aplikasi tersebut bernama toutiao yang kini menjadi salah satu aplikasi berita terbesar di Cina. Di waktu yang terus berlalu, yang mana muncul media-media baru sebagai kebutuhan khalayak masyarakat, Yiming pendiri perusahaan ByteDance memutuskan untuk menambah sebuah aplikasi berupa Media Sosial yang lebih interaktif.

Perubahan dilakukan pada saat proses pengembangan media interaktif tersebut. Perubahan tersebut dilakukan sebagai upaya untuk menjawab kebutuhan dari khalayak pengguna Tiktok ini sendiri. Aplikasi Tiktok yang dulunya bernama Douyin, menjadi aplikasi pembuat video berdurasi pendek, dan di app store diketahui bahwasanya aplikasi tersebut diunduh sebanyak 500 juta kali unduhan lebih dan mayoritas pengunduhnya ialah anak- anak muda.

#### 4. Manfaat Aplikasi Tiktok

##### a. Tiktok Sebagai Media Informasi

Tiktok dapat menjadi media pemberi informasi bagi para penggunanya. Saat ini Tiktok bukan lagi sekedar aplikasi yang berisi tentang trend joget-joget saja, namun Tiktok dapat menjadi sebuah media yang dimanfaatkan oleh ahli profesi sebagai sarana memberikan informasi dan sharing pengetahuan. Seperti salah satunya yaitu akun @ira.mirawati yang membagikan tips dan trik untuk mahasiswa dalam menyelesaikan Skripsi. Konten informasi pada aplikasi Tiktok mencakup berbagai bidang diantaranya membahas seputar resep makanan, trik kecantikan, isu yang berkembang di tengah masyarakat, pembahasan seputar politik hingga rekomendasi wisata pada masing masing daerah di Indonesia.<sup>63</sup>

Teknologi informasi dan komunikasi yang cepat dan mudah digunakan oleh siapa saja yang menggunakan teknologi yang terhubung dengan jutaan perangkat komputer diseluruh dunia dan berinteraksi dengan berbagai platform salah satunya adalah Media Sosial. Tiktok digunakan sebagai media informasi, karena Tiktok merupakan Media Sosial yang memiliki karakteristik membagikan informasi dan banyak memberikan masyarakat keuntungan terlebih pada saat pandemi Covid, yang mana msyarakat tidak boleh bepergian dan mengandalkan

---

<sup>63</sup> Dinda Rizky Hayati, “Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah oleh Ikhwan Mukhlis” ( UIN Prof KH. Saiffudin Zuhri, 2021), 34-35.

smartphone untuk mengetahui informasi dan update manusia yang terjangkit covid<sup>64</sup>

b. Tiktok sebagai Media Sumber Penghasilan

Tiktok dapat dimanfaatkan untuk menjadi ladang pencaharian. Salah satu contohnya yaitu sebagai Brand Ambassador. Dengan memperhatikan banyaknya jumlah pengikut, pengguna Tiktok dapat memasarkan sebuah produk melalui konten yang diposting. Dengan adanya seseorang yang memiliki banyak pengikut di Media Sosial, maka para pengusaha, menghubungi seseorang yang memiliki banyak pengikut tersebut, agar produknya dapat dikenal banyak orang melalui seseorang yang memiliki banyak pengikut<sup>65</sup>.

c. Tiktok Sebagai Media Promosi

Trendingnya penggunaan Tiktok di semua kalangan, menjadi sebuah pebisnis memanfaatkan aplikasi Tiktok sebagai media promosi suatu produk. Tiktok merupakan media sebagai salah satu komponen pada kegiatan komunikasi, karena konsumen tertarik maka konsumen pun akan bertanya, maka disitulah kemudian proses komunikasi terjadi. pengguna Tiktok yang sangat membludak menyebabkan promosi suatu produk

---

<sup>64</sup>Ramdani Bur, Fitria Ayuningtyas dan Munadhil Abdur Muqsih "Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z" *Journal of Komunikasi Nusantara* 5, no. 2 ( Juli 2023): 191, <https://10.33366/jkn.v%vi%i.2> 189-198

<sup>65</sup>Mira Adita Widianti, Ahyuni Maulidia, Annisa Fee Amanda, Viera Latifah Azahra, "Kreativitas menjadi Pendapatan : Pemanfaatan Tiktok Menjadi Media Penghasilan di Era 5.0", *Jurnal Sinestesia* 13, no. 2 (2023): 782 781- 791

melalui aplikasi Tiktok dirasa sangatlah tepat, karena menghabiskan waktu dengan efisien, jangkauan yang menjadi target pasarnya juga sangat luas.<sup>66</sup>

Tiktok dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan ataupun mengenalkan pada khalayak luas mengenai produk yang sedang kita jual. Melalui Tiktok brand yang kita bangun dapat dikenal lebih luas karena penggunaan Tiktok tak terbatas oleh jarak dan waktu. Adapun brand image sebuah produk dapat dioptimalisasikan melalui penggunaan Tiktok. Dengan memanfaatkan segala fitur yang terdapat di aplikasi tersebut, menciptakan konten video yang menarik, dan berkolaborasi dengan Tiktokers yang memiliki jutaan pengikut maka besar pengaruhnya untuk sebuah produk dapat dikenal dan di konsumsi oleh khalayak luas.

#### d. Tiktok sebagai Media Personal Branding

Sebagai pemilik akun pada aplikasi Tiktok, maka setiap pengguna dapat membangun sebuah personal branding yang kemudian dijadikan suatu nilai plus pada diri seseorang. Personal branding tersebut dapat dilakukan dengan mengunggah konten-konten penuh inspirasi, motivasi, penghargaan, unjuk keterampilan, berbagi pengalaman dan konten lainnya yang dapat dikatakan menarik serta memiliki ciri khas pada masing-masing penggunanya. Dengan demikian, income, kepercayaan suatu korporasi, tawaran dari berbagai brand baik yang kecil ataupun besar akan menggaet pengguna akun yang memiliki personal branding yang baik di khalayak luas.

---

<sup>66</sup> Muhammad Hafif Rafi Andhika, Radja Erland Hamzah, Mukka Pasaribu, Cutra Eka Putri, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @Nuansakopi", Jurnal Cyber PR 2, no 2,(Desember 2022): 109-118

Personal branding, didefinisikan sebagai proses mengembangkan, memanfaatkan dan mengklasifikasikan, informasi pribadi dan memberikan deskripsi yang baik bagi orang lain agar dengan mudah memahami identitas seseorang. Dalam era digital seperti saat ini, personal branding sangat penting.

Kesuksesan tersebut tidak hanya kesuksesan yang dicapai di dunia nyata namun, juga perlu adanya pengakuan dari dunia virtual. Personal branding yang diciptakan melalui dunia maya mampu membantu seseorang diterima pada pekerjaan. Katakanlah perusahaan yang akan dilamar tersebut menganalisis latar belakang, rekam jejak digital dan mengetahui reputasi diri seseorang melalui akun pribadi miliknya terlebih dahulu. Sebagai milik pribadi, pengguna dapat menggunggah dirinya pada akun Tiktok dengan menciptakan image yang positif untuk mempersonal branding dirinya kepada khalayak luas.<sup>67</sup>

e. Tiktok sebagai Media Pembelajaran

Dari masa kemasa penggunaan media pembelajaran mengalami perubahan. Kini Tiktok dapat menjadi media pembelajaran. Maraknya Tiktok yang hadir sebagai Media Sosial populer dan mudah digunakan oleh masyarakat seluruh usia. Contoh Tiktok digunakan sebagai media pembelajaran yaitu menjadikan Tiktok sebagai media pembelajaran seni Tari Nusantara. Media pembelajaran yang digunakan adalah aplikasi Tiktok yang berperan untuk menyediakan video di Tiktok yang nantinya

<sup>67</sup> Dhea Aqshalnawitri, Diaz Mega Reanata, Nurlina Santika, “Analaisis Pelaksanaan Event Workshop Pentingnya Membangun Personal Branding di Media Sosial”, Jurnal Sosiologi Indonesia 2 no 1 (Januari 2023): 3 1-6

gerakan tari tersebut akan ditirukan oleh para peserta didik. Dengan demikian pemanfaatan Tiktok sebagai media pembelajaran.<sup>68</sup>

f. Tiktok sebagai Media Dakwah

Dalam menyampaikan pesan, dilakukan dengan menggunakan 4 cara, yaitu: efektifitas, efisiensi, kekhususan, dan motivasi. Adapun kegunaan media dalam kegiatan dakwah yaitu sebagai alat untuk mempercepat serta memudahkan transmisi pesan-pesan keagamaan yang disampaikan Da'i. Penggunaan media juga diharapkan mampu untuk menjamah lebih banyak Mad'u (sasaran dakwah), peran lain dari adanya media pada aktivitas dakwah ialah berperan sebagai alat untuk memfasilitasi pemahaman masyarakat terkait ajaran Islam, dan upaya untuk mengubah perilaku masyarakat agar sesuai dengan ajaran-ajaran Islam yang ditetapkan. Sehubungan dengan banyaknya fungsi dari aplikasi Tiktok, mulai dari mencangkup khalayak luas, akses tanpa terbatas ruang dan waktu, siapapun dapat berpartisipasi, dan berbagai fitur yang beraneka ragam, maka sebagai media, Tiktok sangat memungkinkan menjadi media yang dapat menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada sasaran dakwah yang begitu luas, pada saat melakukan aktivitas dakwah.<sup>69</sup>

Dalam dinamika pembahasan dakwah, sebagai proses penyebaran ajaran agama Islam, perlu adanya kreativitas dan inovasi yang disesuaikan

<sup>68</sup> Dwi Oktariani, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Semi Tari Tradisi Nusantara Pada Remaja" *Jurnal Pendidikan Sosiologi dan Humainiora* 13, no 2 (Oktober 2022): 910-911, [10.26418/jpsh.v13i2.64172](https://doi.org/10.26418/jpsh.v13i2.64172) 907-915

<sup>69</sup> Aditya Putra Robi, Exsan Adde, Maulida Fitri, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah terhadap Generasi Z" *jurnal dakwah dan Komunikasi* 07, no 01 ( Januari-juni 2023): 66



dengan kemajuan teknologi yang ada. Kreativitas dan inovasi dalam menyebarkan agama Islam menerapkan konsep al-Islamu sholih li-kulli zaman wa makan (Islam sesuai di segala kondisi waktu dan tempat). Tiktok, sebuah aplikasi yang digemari hampir seluruh kalangan Indonesia dikemas dengan sederhana dan dalam pengaplikasiannya, pengguna juga difasilitasi dengan berbagai macam fitur menarik didalamnya. Karena kepopulerannya dan luasnya jangkauan audiens yang lebih luas. Jangkauan atau sasaran mad'u yang luas inilah yang menjadi sebuah peluang untuk menciptakan literasi khazanah keilmuan terkait agama Islam yang disajikan sesuai dengan pola masyarakat saat ini yang tidak bisa lepas dari penggunaan smartphone.<sup>70</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

---

<sup>70</sup> Sholihatul Atik Hikmawati, Luluk Farida “Pemanfaatan Media Tiktok sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Kalijogo Malang” Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam 2, no 1 (Januari 2021): 5-6 1-11

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif untuk meneliti permasalahan yang akan dibahas. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif karena penelitian ini, tidak berkaitan dengan data yang berupa angka, dan metode tersebut dinilai relevan ketika digunakan dalam penelitian ini karena metode kualitatif berguna untuk mengumpulkan data yang kaya, informasi yang mendalam mengenai isu atau masalah yang akan dipecahkan.<sup>71</sup>

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis pendekatan kualitatif yang menggunakan strategi dimana penelitian ini menyelidiki kejadian, fenomena, kehidupan individu-individu dan meminta seseorang atau kelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka. Informasi yang sudah terkumpul tersebut, kemudian diceritakan kembali oleh peneliti dalam kronologi deskriptif, pengertian lain menyebutkan bahwasanya, penelitian dengan pendekatan deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, baik fenomena alamiah ataupun fenomena buatan manusia<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2022) hal 23

<sup>72</sup> Rusandi, Muhammad Rusli “*Merancang Penelitian Dasar Deskriptif dan Studi Kasus*” Jurnal 2, no 1: 2

## B. Lokasi Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka lokasi yang digunakan oleh peneliti adalah akun Tiktok milik @ifta.athiyah, yang mana pada platform video-video yang diunggah akan tersimpan dalam waktu yang relatif lama dan juga bisa dijangkau oleh khalayak luas.

## C. Subyek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah pengelola akun @ifta.athiyah sebagai pelaku dakwah pada konten-konten yang dishare pada aplikasi Tiktok. Maka dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik nonprobability sampling (tidak memberi ruang/ kesempatan pada anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel) dengan penggunaan teknik purposive sampling. Pada teknik ini dalam pengambilan sampel, peneliti menentukan sumber data seraya mempertimbangkan beberapa hal tertentu. Contoh pertimbangan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian yang dilakukan ialah pertimbangan atas narasumber yang dianggap paling tahu tentang apa yang menjadi tujuan peneliti atau bisa juga sumber data tersebut sebagai penguasa/ situasi sosial yang diteliti.<sup>73</sup>

Penentuan sampel tersebut dilakukan pada saat peneliti memasuki lapangan dan selama penelitian tersebut berlangsung. Pada penelitian ini

---

<sup>73</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 95

peneliti akan memilih Ning Iftah sebagai pelaku dakwah pada akun pribadi miliknya sebagai sumber data dalam penelitian ini.

#### 1. Sumber data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang berasal dari sumber utama pada objek yang akan diteliti baik berupa tulisan maupun secara lisan. Pada penelitian ini sumber data berasal dari pelaku dakwah pada akun Tiktok @ifta.athiyah.

#### 2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung atau data tambahan dari data primer. Data sekunder berfungsi untuk menguatkan data-data primer. Data sekunder dapat berupa video, foto dan data-data yang ada kaitannya dengan penelitian

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Tanpa mengetahui teknik pengambilan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai dengan data penelitian. Pada pengumpulan teknik data, peneliti menggunakan teknik pengambilan data dengan:

- 1) Observasi : Peneliti melakukan pengumpulan data dengan observasi terus terang, yang mana peneliti menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa peneliti sedang melakukan penelitian. Sehingga sumber data mengetahui sejak awal sampai akhir jika peneliti melakukan penelitian.
- 2) Wawancara : Wawancara adalah kegiatan yang mana bertemunya 2 orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga

dapat membentuk suatu kerangka yang bermakna pada suatu topik tertentu. Teknik pengumpulan data melalui wawancara yang dilakukan, karena peneliti ingin mengetahui hal-hal dari sumber data secara lebih mendalam. Wawancara biasanya dilakukan disaat yang sama saat peneliti melakukan observasi. Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara tak terstruktur karena wawancara tersebut tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah disusun secara sistematis dan lengkap dalam mengumpulkan data.

- 3) Dokumentasi: Pengumpulan data melalui dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan catatan peristiwa berupa gambar, tulisan, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen dalam bentuk tulisan dapat berupa catatan harian sejarah kehidupan, biografi, kebijakan dll. Dokumen gambar dalam berbentuk foto, sketsa, dll. Dokumen dalam bentuk karya misalnya patung, film, lukisan dll. Hasil penelitian dengan pengambilan datanya melalui hasil observasi atau wawancara akan lebih kredibel jika didukung oleh sejarah pribadi atau kehidupan dimasa kecil yang disebut dengan autobiografi.

#### **E. Analisis Data**

Adapun menurut Miles and Huberman<sup>74</sup> analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan dilakukan secara terus menerus sampai tuntas. Maka langkah- langkah yang digunakan peneliti dalam melakukan analisis data mengacu, pada analisis data model Miles and Huberman, yaitu:

---

<sup>74</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 132

## 1. Data Collection (Pengumpulan Data)

Langkah awal pada proses penelitian adalah mengumpulkan data yang mana dalam penelitian kualitatif, pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, dokumentasi atau gabungan dari ketiganya yakni “Triangulasi”. Pengumpulan data bisa memakan waktu berhari-hari hingga berbulan-bulan dengan demikian data yang didapatkan akan sangat banyak dan bervariasi.

## 2. Kondensasi Data ( Data Condensation )

Setelah data dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah kondensasi data. Kondensasi data merupakan suatu proses yang mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi serta transformasi data yang terdapat pada catatan lapangan yang telah dilakukan sebelumnya. Pada proses kondensasi data, tahapan-tahapan yang perlu dilakukan peneliti adalah:

- a. Selecting (seleksi). Dari data yang telah dikumpulkan dilapangan, peneliti menyeleksi atau memilah data yang penting dan yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan untuk kemudian dilakukan analisis.
- b. Pemfokusan (focusing). Data yang telah diseleksi peneliti, kemudian lebih difokuskan lagi untuk data yang disesuaikan atau difokuskan pada data yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian. Pada tahap ini, peneliti membatasi data hanya berdasarkan rumusan masalah saja.

- c. Meringkas (abstracting). Tahapan ini adalah tahapan dimana peneliti membuat sebuah rangkuman data yang perlu dipertahankan agar tetap berada dalam data penelitian. Data yang terkumpul kemudian dievaluasi sehingga dapat dikatakan layak dan berkualitas untuk dijadikan data penelitian.
- d. Penyederhanaan dan tranformasi (data simplyfing and transforming). Tahapan ini adalah tahapan penyederhanaan data dan ditransformasikan. Seleksi yang ketat melalui rangkuman atau uraian yang singkat serta mengklasifikasikan data dalam pola yang lebih luas.<sup>75</sup>

### 3. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah melakukan reduksi data maka setelahnya peneliti melakukan penyajian data. Penyajian data pada penelitian kualitatif bisa berbentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan lain sebagainya. Namun pada penelitian kualitatif, dalam menyajikan data yang paling sering digunakan adalah teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data maka akan mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya, dan hal-hal yang dapat difahami.

### 4. *Conclusion Drawing/ Verivication*

Langkah selanjutnya dari analisis data ialah penarikan kesimpulan dan verivikasi. Kesimpulan awal masih bersifat sementara dan akan

---

<sup>75</sup> Yufiarti, M Japar, Yulia Siska, Implementasi Penguatan Pendidikan Karakter (PKK) di Sekolah Dasar ( Yogyakarta: Garudhawacana, 2023) 25

berubah jika peneliti tidak menemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun apabila kesimpulan awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali untuk mengumpulkan data di lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan di awal adalah kesimpulan yang kredibel. Temuan dalam kualitatif dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang remang atau gelap.<sup>76</sup>

#### **F. Keabsahan Data**

Keabsahan data dilakukan oleh peneliti dilakukan guna mengetahui dan menguji kredibilitas serta validitas sebuah data. Peneliti menguji keabsahan data melalui:

- a) Memperpanjang waktu pengamatan. Perpanjangan waktu pengamatan mengakibatkan hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin akrab, semakin terbuka, dan saling percaya. Dalam melakukan pengamatan, peneliti mengamati bagaimana proses distribusi pesan dakwah dalam akun @ifta.athiya dengan berbagai strategi yang dilakukannya, kemudian mengamati bentuk interaksi dan cara berkomunikasi antara pengelola akun @ifta.athiyah sebagai Da'i dan juga netizen sebagai Mad'u.
- b) Triangulasi. Tahapan triangulasi dalam penelitian dapat diartikan sebagai langkah yang menggunakan berbagai metodologi guna untuk meneliti suatu fenomena yang sama. Hal tersebut dilakukan agar mengurangi bias pribadi peneliti, ketika hanya menggunakan satu metodologi dalam penelitian yang

---

<sup>76</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 134-142.



dilakukan dan berfungsi untuk memperkuat kredibilitas sebuah penelitian kualitatif. Triangulasi sendiri terdapat berbagai jenis diantaranya : triangulasi data, triangulasi peneliti, triangulasi teori, triangulasi metode dan triangulasi antarmetode<sup>77</sup>. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis triangulasi antarmetode. Triangulasi antarmetode dianggap relevan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti karena dalam triangulasi antarmetode, peneliti menggunakan beberapa alat yang berbeda pada sumber data yang sama, yaitu wawancara yang dilakukan peneliti dengan wawancara kepada pengelola akun @ifta.athiyah, kemudian observasi yang mencakup pengamatan dan pencarian terhadap data yang ditemukan dilapangan dan terakhir adalah dokumentasi berupa gambaran-gambaran akun @ifta.athiyah pada aplikasi Tiktok.<sup>78</sup>

c) Menggunakan bahan referensi. Menggunakan bahan pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan.

d) Pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada narasumber yang memberi informasi.

### **G. Tahap- tahap Penelitian**

Tahap ini adalah tahapan dimana peneliti menjabarkan proses pelaksanaan penelitian. Pada tahap ini peneliti memulai tahapan penelitian meliputi:

1. Tahap pra lapangan. Pada tahap ini peneliti mulai menyusun orientasi dari alur penelitian dengan menentukan fokus masalah yang akan

---

<sup>77</sup> Samiaji Sentosa, Analisis Data Penelitian Kualitatif ( Depok : Penerbit PT Kanikus, 2021) 95- 96

<sup>78</sup> Samiaji Sentosa, 97

diteliti, melakukan observasi dan melakukan pertemuan awal bersama subyek yang telah ditentukan oleh peneliti.

2. Tahap kegiatan lapangan. Tahap ini dimana peneliti melakukan serangkaian penelitian dengan wawancara, observasi, dokumentasi
3. Tahap analisis data. Pada tahap ini peneliti menganalisis data yang telah diperoleh kemudian data dianalisa sesuai dengan fokus permasalahan yang akan diteliti.
4. Tahap penulisan laporan. Tahapan ini adalah tahap dimana peneliti menyusun hasil laporan yang telah didapatkan pada tahapan- tahapan yang dilakukan peneliti sebelumnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### a. Profil Ning Ifta Athiyah



**Gambar 4.1 Foto Ning Ifta Athiya**

Ifta Athiya atau yang akrab disapa dengan Ning Iftah merupakan Da'i muda yang berasal dari Mumbulsari, kecamatan Jember. Beliau lahir pada tanggal 19 Desember 1997 yang mana beliau merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Dari riwayat pendidikannya, Ning Iftah adalah lulusan Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, yang mana sebelum menempuh perguruan tinggi, Ning Ifta merupakan alumni dari MA Unggulan Nuris, sedangkan untuk Sekolah Menengah Pertamanya, Ning Iftah menempuh pendidikan di Mts Unggulan Nuris. Ning Ifta masuk di perguruan tinggi pada tahun 2016, beliau mengambil Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir dan memperoleh gelar S. Ag di tahun 2021. Sampai skripsi ditulis, Ning Ifta sudah memiliki 2 anak yang masing

masing berumur 2 tahun dan satunya berumur 4 bulan. Walaupun Ning Ifta tidak memiliki latar belakang pendidikan yang mendalam tentang kitab-kitab klasik, namun atas tingginya minat terhadap ajaran Islam, beliau mengikuti berbagai event tentang masalah yang menjadikannya paham banyak atas kandungan dari kitab klasik. Dengan kemampuan dalam memahami kitab tersebut, Ning Ifta menjadikan hal tersebut sebagai sarana untuk membantu khalayak luas dalam memahami lebih jauh agama Islam.

b. Akun @ifta.athiyah



**Gambar 4.2 Screenshot Profil akun Tiktok @ifta.athiyah<sup>79</sup>**

Seiring waktu yang terus berjalan, tentunya bagi kebanyakan masyarakat tidak asing dengan Media Sosial. Dari pertanyaan yang dulu “Apa itu Media Sosial?” menjadi “Siapa yang masih belum

<sup>79</sup> Screenshot Profil Akun Tiktok @ifta.athiyah, Tiktok Photo diakses 26 April 2024, Pukul 11.00 wib

memiliki Media Sosial?”. Saat ini, hampir setiap manusia yang memiliki smartphone pasti memiliki Media Sosial walau hanya sekedar untuk mengkonsumsi informasi yang menjadi perbincangan di dunia maya.

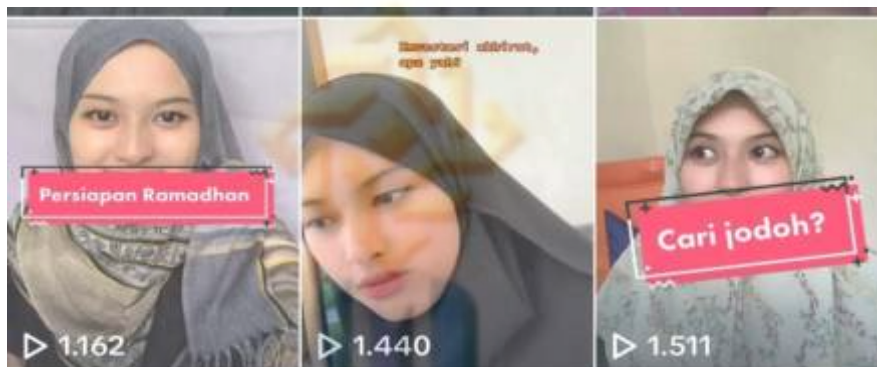
Ning Ifta Athiyah memiliki akun yang memiliki username @ifta.athiya. Akun tiktok @ifta.athiya memiliki sebanyak 67.8rb pengikut, dengan jumlah like berjumlah sebanyak 1.5jt yang menyukai seluruh konten yang telah diunggahnya, dan terdapat sebanyak kurang lebih 100 postingan per tanggal 8 Agustus 2023. Pada akun tersebut terdapat tulisan I DM for business inquiries I cek koleksiku di toko oren ada bio profil di bagian bawah profilnya.

Sebagai konten kreator yang memanfaatkan aplikasi Tiktok pada postingannya, Ning Iftah memanfaatkan aplikasi tersebut untuk menyampaikan ajaran- ajaran Islam dengan penyampaian pesan secara to the poin, memiliki karakteristik, menggunakan kalimat yang mampu dipahami oleh sebagian besar masyarakat online.

Mengawali terjunnya Ning Ifta dalam menjadi konten kreator disebabkan oleh batalnya menghadiri acara pernikahan. Seperti yang diungkapkan oleh Ning Ifta

“Awalnya itu, saya batal mau menghadiri kondangan, tapi saya sudah berpakaian rapi dan sudah cantiklah ya...akhirnya saya ngide untuk buat konten nah berhubung saat itu saya mau ke

kondangannya orang menikah, saya bahaslah tentang proses dalam mencari jodoh”<sup>80</sup>



**Gambar 4.3 Screenshot Unggahan Pertama akun @ifta.athiyah membahas Jodoh<sup>81</sup>**

Dalam mengawali proses menjadi konten kreator di aplikasi Tiktok, Ning Ifta menceritakan bahwa suatu malam di tahun 2022 saat itu, ketika beliau batal menghadiri acara pernikahan, namun pembatalan tersebut terjadi saat beliau sudah berpakaian rapi dan berdandan, saat itulah muncul ide untuk membuat konten seputar agama Islam.

## B. Penyajian dan Analisis Data

Penyajian data serta analisis yang dilakukan dalam penelitian berfungsi sebagai penguat hasil temuan yang ditemukan peneliti ketika melakukan penelitian. Dimana, uraian data dan temuan yang peneliti peroleh dalam

<sup>80</sup> Ning Ifta Athiya, diwawancara oleh Penulis, Bangsalsari, 24 April 2024.

<sup>81</sup> Screenshot Unggahan Pertama akun @ifta.athiyah membahas Jodoh, Diakses 26 April 2024, Pukul 12.00 wib

penelitian ini, didapatkan sesuai prosedur teknik pengumpulan data yang telah peteliti uraikan pada Bab III.

Data yang peneliti peroleh melalui tehknik observasi yaitu, keberadaan akun @ifta.athiyah yang digunakan sebagai media dakwah pada aplikasi Tiktok adalah benar adanya, pembahasan materi dakwah pada akun tersebut juga sesuai dengan apa yang sudah dipaparkan pada BAB II, yaitu materi dakwah ialah seputar pembahasan dari Islam itu sendiri yang terbagi menjadi 4 masalah pokok yakni, masalah aqidah, masalah syariah, masalah muamalah, dan juga masalah akhlak. Data yang telah peneliti dapatkan melalui observasi juga didukung oleh data yang diperoleh peneliti melalui wawancara dan juga data yang diperoleh peneliti melalui dokemntasi.

Adapun data yang peneliti dapatkan melalui wawancara yaitu tentang bagaimana proses yang dilakukan pengelola akun @ifta.athiyah dalam mengelola akun Tiktoknya sebagai media dakwah, Ning Ifta melakukan beberapa langkah dalam mengelola akun Tiktoknya tersebut penyajian data berupa wawancara yang dilakukan peneliti, juga didukung data yang didapatkan peneliti melalui dokumentasi yaitu, diantaranya tentang ketertarikan netizen pada konten yang membalas pertanyaan atas request netizen yang didukung oleh gambar screenshoot tentang bagaimana antusiasnya netizen saat mengajukan pertanyaan pada kolom komentar. Data yang diperoleh peneliti juga meliputi terkait pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiyah, yang telah disampaikan pada poin 2 yang didukung oleh hasil tangkapan layar jumlah viewers pada konten

dalam akun @ifta.athiyah. Adapun kemudian data yang telah diperoleh peneliti melalui teknik pengumpulan data, maka langkah selanjutnya yakni proses analisis data sesuai dengan prosedur yang telah dicantumkan peneliti pada BAB III terkait dengan analisis data yang mana proses analisis ini meliputi pengumpulan data yang dilakukan sesuai dengan teknik pengumpulan data, kemudian kondensasi data, lalu penyajian data, setelah verifikasi, data yang telah peneliti kumpulkan selanjutnya proses pengumpulan serta analisis data yaitu :

1. Proses Pengelolaa Akun @ifta.athiyah pada Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah.

Untuk menyampaikan pesan dakwah dan supaya pesan- pesan ajaran Islam dapat diterima Mad'u, maka Da'i harus menggunakan berbagai macam media Dakwah. Penggunaan berbagai macam media dakwah pada proses penyebaran pesan agama Islam dilakukan, sebagai upaya dari menyatunya Islam pada diri seseorang. Saat ini media yang dirasa efektif untuk dilakukannya kegiatan Dakwah ialah pada aplikasi Tiktok, yang merupakan salah satu platform dari Media Sosial. Adapun dalam penggunaan akun pada aplikasi Tiktok sebagai media dakwah maka juga memerlukan sebuah proses atau strategi bagaimana akun tersebut dapat bertahan dan tetap mengikuti tren seperti apa yang saat itu tengah booming dimasyarakat. Berdasarkan observasi dan juga wawancara yang telah dilakukan peneliti, proses pengelolaan akun @ifta.athiyah dilakukan dengan konsisten memposting video secara terus menerus. Postingan yang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI AGHMAD SIDDIQ  
JEMBER



diunggah secara terus menerus berfungsi untuk memperkaya materi dakwah yang disajikan juga berguna agar Da'i tidak kehilangan minat viewers yang menantikan tayangan yang ada pada akun @ifta.athiyah. Persaingan yang ketat dalam Media Sosial antara pengguna satu dengan pengguna lainnya, juga menjadi penyebab konsistensi sangat dibutuhkan konten creator agar tetap eksis di media sosial dan tetap bisa berpartisipasi dengan aktif pada kegiatan menyampaikan pesan- pesan ajaran agama Islam.

Pemilihan materi yang dibuat dalam akun @ifta.athiyah, yaitu berdasarkan permintaan dari netizen melalui kolom komentar. Dalam pembuatan video Tiktok tidak harus membahas isu- isu yang lagi ramai diperbincangkan. Namun saat peneliti mewawancarai menurut Ning Ifta, bagi pemula/ perintis pembahasan konten, bisa mengangkat isu- isu yang marak dibicarakan. Setelah peneliti melakukan observasi terhadap akun @ifta.athiyah dan wawancara kepada pengelola akun @ifta.athiyah, terdapat data yang menunjukkan bahwa, banyaknya permintaan dari netizen membuat Ning Iftah, harus memilah- milah mana yang perlu dibahas secepatnya atau bisa dilakukan dikemudian hari.

Yang mana pada saat diwawancarai peneliti, Ning Ifta menyampaikan mendesak atau tidaknya perkara tersebut dinilai Ning Iftah dari banyaknya orang yang belum faham terhadap suatu permasalahan, namun ketika mencoba menyelesaikannya banyak orang yang mengatasinya dengan kekeliruan. Selain itu, pengangkatan materi yang

dirasa berat, mengharuskan Ning Ifta, muthola'ah (mengulang pembelajaran) terlebih dahulu dan mencari berbagai sumber yang relevan untuk dijadikan rujukan dari pembahasan yang diangkat. Sedangkan untuk komentar atau permintaan dari netizen melalui kolom komentar yang dirasa masih bisa ditunda, maka pertanyaan tersebut disimpan dan dibuat VT ketika Ning Ifta, tidak memiliki banyak waktu dan bisa di sampaikan oleh Ning Ifta tanpa mutho'laah (mengulang pembelajaran) terlebih dahulu. Dalam wawancara dengan peneliti, Ning Ifta menyampaikan :

“ Untuk pilihan konten selanjutnya, saya pilih pertanyaan netizen yang paling mendesak. Oh.misal nih,penting banget untuk dijelasin, jadi itu yang lebih saya dulukan. Karena saya perlu belajar lagi, evaluasi takut semisal saya salah dalam menyampaikan.Misal ada komentar yang pembahasannya ringan, itu saya simpan untuk misal saya nanti lagi sibuk, atau saya lagi diperjalanan yang tidak perlu mutholaah untuk membahasnya.”<sup>82</sup>

Akun @iftah.athiyah dalam mengunggah konten video Tiktok, dilakukan setiap hari. Tidak bergantung di jam berapa ataupun memperhatikan waktu yang tepat untuk mendapat viewers banyak, yang terpenting dalam satu hari update satu konten. Pembahasan yang dirasa berat maka pertanyaan- pertanyaan yang ringanlah yang dijadikan pembahasan konten dakwah dengan durasi dan waktu take yang singkat. Dengan alur pembuatan konten yang seperti itu, Ning Iftah selaku pengelola akun @ifta.athiya, menemukan kemudahan untuk dapat memposting video setiap harinya. Konsistensi dalam mengunggah konten

---

<sup>82</sup> Ning Iftah, diwawancara penulis, Bangsalsari, 24 April 2024

tersebut disampaikan Ning Ifta pada wawancara dengan peneliti, beliau menyatakan:

“Selain itu harus konsistensi juga. Konsisten itu yang paling utama. Jadi kalo kita udah terlanjur konsisten, mau jelek gimana pun video yang disajikan seperti getarnya, pencahayaan, viewersnya tetep tinggi, Nah konsisten saya dalam posting video itu setiap hari, pokoknya setiap hari harus posting minimal satu. Jadi ya satu hari itu harus keisi”<sup>83</sup>

Prefensi khalayak terhadap seorang komunikator, berdasarkan kesamaan budaya, agama, ras, pekerjaan, dan pendidikan berpengaruh terhadap proses seleksi, interpretasi dan penguatan pesan sepanjang hidupnya.<sup>84</sup> Kesamaan antara Da'i sebagai komunikator dengan Mad'u sebagai komunikan harus memiliki keselarasan. Kesamaan tersebut bertujuan untuk mengantarkan pesan agar tepat mengenai sasaran dakwah. Saat terdapat kesamaan antara Da'i dan Mad'u, maka proses komunikasi berjalan dengan lancar dengan tidak adanya noise atau hambatan yang dimaksudkan Da'i kepada Mad'unya.

Kesamaan yang menjadi latar belakang pembentukan chemistry antara akun @ifta.athiya dan pengikutnya disebabkan oleh pemilihan materi dakwah yang sudah disesuaikan Ning Iftah dengan kehidupan pengikutnya. Tidak mungkin bagi Ning Ifta yang notabnya ialah seorang perempuan membahas perihal menjadi kepala rumah tangga, pembahasan seputar hakikatnya menjadi laki-laki, dan pembahasan berbagai macam persoalan laki- laki lainnya. Maka dari itu, pembahasan disesuaikan oleh

<sup>83</sup> Ning Ifta, diwawancara peneliti, Bangsalsari, 24 Maret 2024

<sup>84</sup> Muhibudin Wijaya Laksana, Psikologi Komunikasi (Bandung: CV Pustaka Setia), 139

Da'i dan Mad'unya, sebagai contoh pembahasan mengenai hukum berjilbab namun menggunakan jambul seperti punuk unta. Kesamaan yang terjadi disini ialah antara penanya dengan yang ditanya adalah mereka sama- sama perempuan, maka dari itu untuk membicarakan hal seputar persoalan perempuan, Mad'u tidak merasa ragu sedikitpun untuk bertanya mengenai hal tersebut.

Kesamaan lain yang perlu diperhatikan Da'i dalam menyampaikan sesuatu kepada khalayak ialah, hal yang disampaikan Da'i juga harus selaras dengan apa yang dilakukan, hal ini juga difirmankan Allah Swt dalam Al- Qur'an surat Ash- Shaff yang berbunyi:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ ۚ كَبُرَ مَقْتًا  
عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ ۚ

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

*“Wahai orang-orang yang beriman, kenapakah kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan? Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan.” (QS. Ash Shaff: 2-3).<sup>85</sup>*

Pengamalan dari ayat tersebut, Ning Ifta sampaikan saat beliau merasa ada yang mengganjal hatinya saat tidak bisa konsisten mengunggah konten di Tiktok.

“ Saya batin, ya Allah ini waktunya ngonten sudah, tapi kegiatan yang dilakukan belum selesai juga, saya masih mau ndulang anak, masih mau mandiin anak, masih mau ngelonin anak tapi dia nggak cepet tidur, pada saat itu sebenarnya gejolak banget dihati saya

<sup>85</sup> Kemenag, Al-quran dan Terjemahan, 551

karna waktunya saya ngonten. Akhirnya daripada saya seperti itu terus, padahal yang lebih utama kan perkembangan dia jadi saya putuskan, ya udahlah ditunda dulu eksis ditiktoknya karena saya merasa kok ini nggak relevan dengan sayanya, di yang nonton kerasa manfaatnya tapi disaya masih banyak kekurangannya dalam menyampaikan dakwah.”<sup>86</sup>

Hal lain yang harus diperhatikan dalam pengelolaan akun yang digunakan dalam menyebarkan ajaran agama adalah pentingnya memiliki karakteristik konten yang dikelola. Salah satu daya tarik untuk memikat minat penonton terhadap konten yang diunggah ialah memiliki ciri khas khusus yang menjadikan identitas dari konten kreator itu sendiri. Plagiasi atau meniru karya orang lain hanya akan menunjukkan rendahnya kreativitas dan pendirian seseorang terhadap usaha yang dihasilkan. Salah satu ciri khusus pengguna aplikasi Tiktok dalam memanfaatkan media tersebut, salah satunya bisa dilihat pada konten yang diunggah di aplikasi Tiktok pengguna. Ciri khas tersebut dapat berupa gaya komunikasi, bahasa tubuh (isyarat tangan, ekspresi wajah dll), ataupun penampilan fisik dari seorang komunikator yang mudah diingat dan dikenali.

Jika dilihat dengan cermat, konten yang diunggah oleh akun @ifta.athiyah memiliki ciri khas yaitu menjawab pertanyaan yang diajukan pada kolom komentar. Banyaknya pertanyaan yang diajukan dari netizen pada kolom komentar. menandakan jika akun @ifta.athiya mendapatkan antusias yang sangat tinggi dari para pengikutnya. Proses penyampaian dakwah yang diisi dengan interaksi antara Da'i (komunikator) serta Mad'u (komunikan) menandakan sebuah hubungan

---

<sup>86</sup> Ning Ifta, diwawancara penulis, Bangsalsari 24 April 2024

komunikasi yang baik, karena dalam proses komunikasi selain adanya unsur komunikator, komunikan, media dan pesan yang disampaikan, juga terdapat feedback dari para komunikan. Dan akun @ifta.athiyah mampu mendapatkan feedback dari audiens baik itu berupa pertanyaan ataupun sebuah pujian dalam waktu kurang dari 1 bulan.



**Gambar 4.4 Screenshot Antusias Netizen di Kolom Komentar<sup>87</sup>**

**Gambar 4.5 Screenshot antusias Netizen kolom komentar<sup>88</sup>**

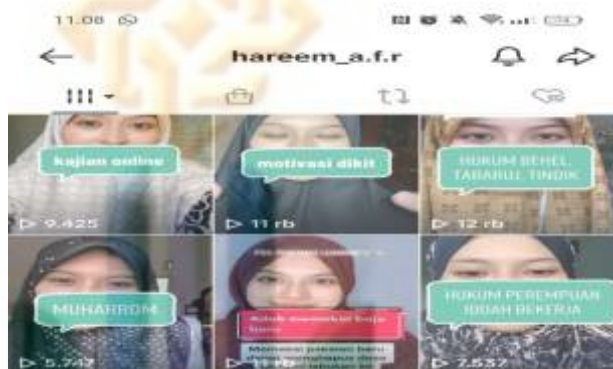
<sup>87</sup> Screenshot antusias Netizen di kolom komentar, 26 April 2024, Pukul 12. 16 wib

<sup>88</sup> Screenshot antusias Netizen di kolom komentar, 26 April 2024, Pukul 12. 11 wib

Feedback yang didapat, selain menandakan bahwa akun @ifta.athiyah mendapat antusias yang tinggi dari para pengikutnya. Hal ini juga membuktikan bahwa akun @ifta.athiyah bersikap sangat ramah kepada pengikutnya. Interaksi yang terjadi antara Mad'u dan Da'i tersebut dapat berupa pertanyaan atau hanya menyapa dan respon dari akun @ifta.athiyah ialah dapat berupa jawaban dari pertanyaan yang diajukan berupa video, ataupun membalas beberapa komentar netizen pada kolom komentar dalam konten yang diunggah akun @ifta.athiyah. Maddah (materi) dakwah yang bisa diklasifikasikan menjadi 4 permasalahan pokok yakni, aqidah, syariat, mu'amalah dan akhlak, postingan akun @ifta.athiyah banyak membahas mengenai masalah syariah. Dominasi postingan akun @ifta.athiyah yang mayoritas membahas tentang masalah syariat, ditenggarai oleh pertanyaan netizen yang mengarahkan akun @ifta.athiyah untuk membahas syariat- syariat dalam agama Islam kepada khalayak luas. Oleh karenanya, pembahasan syariat (hukum- hukum) dalam Islam, banyak dijumpai pada postingan akun @ifta.athiyah. Hal tersebut juga dinyatakan Ning Ifta pada saat wawancara :

“ Pertama kali saat memulai ngonten itu dengan mengangkat isu-isu yang berkembang, tapi untuk selanjutnya itu permintaan netizen dengan melihat komentar. Permintaan itu berupa stich atau balasan komen “Ning bahas ini, stichh ini” permintaan itu banyak banget, jadi untuk tema apa yang mau dibahas saya nggak perlu cari dan nggak perlu bingung- bingung lagi. Nah komentar itu kan jadi masukan, apa yang mau dibahas selanjutnya jadi ya nggak sampe kehabisan tema. Permintaan dari netizen itu efektif banget, lebih efektif dari isu yang viral. Ibarat kita nemu harta karun sebenarnya kalo ada yang minta

bahasin itu, karena kita nggak perlu mikir tentang isu yang viral, justru yang dibutuhkan itu yang relate dengan kehidupan. Jadi efektifitas pembahasan dari permintaan netizen itu mencapai sekitar 90% ini tentu berdasarkan pengalaman saya. Terlebih stich yang sangat digemari khalayak onlen”<sup>89</sup>



**Gambar 4.6 Screenshot Beberapa konten yang membahas tentang syariat ( Hukum )**

Penerapan membalas komentar berupa penjelasan dalam bentuk konten, selain untuk menjalin interaksi dengan para pengikut, hal tersebut juga sangat memudahkan konten kreator untuk menemukan pembahasan apa yang akan dijadikan tentang konten apa yang akan dibuat selanjutnya. Permintaan yang tinggi dari netizen tentang pertanyaan seputar agama Islam menjadikan akun @ifta.athiya, kontennya dinantikan oleh para pengikutnya.

<sup>89</sup> Ning Ifta, diwawancara oleh Penulis, Bangsalsari, 24 April 2024.





Gambar 4.7 Sreenshoot tanggapan akun @ifta.athiya pada kolom komentar<sup>90</sup>



Gambar 4.8 Screenshoot tanggapan Akun @ifta.athiya pada kolom komentar<sup>91</sup>

<sup>90</sup> Screenshoot Tanggapan akun @ifta.athiyah , diakses 26 April 2024, Pukul 12. 11 wib

<sup>91</sup> Screenshoot tanggapan akun @ifta.athiyah, diakses 26 April 2024, Pukul 12. 16 wib

Materi yang diangkat sebagai konten dalam kegiatan dakwah pada akun @ifta.athiyah, lebih efektif apabila konten dakwah tersebut berkaitan dengan permintaan netizen. Permintaan netizen tersebut berupa pertanyaan yang telah tercantum pada kolom komentar dan kemudian ditanggapi oleh akun @ifta.athiyah berupa video yang menjawab pertanyaan yang diberikan netizen pada kolom komentar tersebut. Efektifitas materi dakwah atas permintaan netizen tersebut dinilai dapat menimbulkan suatu magnet yang menarik netizen dalam merespon materi dakwah yang telah disampaikan sebelumnya, dengan begitu terjadilah interaksi dua arah antara Da'i sebagai komunikator dan Mad'u sebagai komunikan. Proses kegiatan dakwah lebih efektif, jika materi yang disampaikan atas request netizen tersebut sesuai dengan pernyataan Ning Ifta pada wawancara berikut:

“Permintaan dari netizen itu efektif banget, lebih efektif dari isu yang viral. Ibarat kita nemu harta karun sebenarnya kalo ada yang minta bahasin itu. Karena kita nggak perlu mikir tentang isu yang viral, justru yang dibutuhkan itu yang relate dengan kehidupan. Jadi efektifitas pembahasan dari permintaan netizen itu mencapai sekitar 90% ini tentu berdasarkan pengalaman saya. Terlebih stich yang sangat digemari khalayak onlen.”<sup>92</sup>

Maka pemaparan yang disampaikan oleh Ning Ifta selaku pengelola akun Tiktok @ifta.athiyah, mengenai materi dakwah sesuai dengan apa yang telah peneliti jabarkan pada kajian teori di BAB II yang ,mana telah disebutkan sebelumnya bahwa materi dakwah ialah bersifat informasi atau ajaran-ajaran nilai-

---

<sup>92</sup> Ning Ifta, diwawancara Peneliti, Bangsalsari, 24 April 2024

nilai Islam yang disampaikan oleh Da'i kepada Mad'unya yang mana pesan dakwah digolongkan menjadi 4 yakni tentang syariat, akhlak, aqidah serta muamalah.

Ciri khas lain dari konten dari akun @iftah.athiyah adalah selalu menyertakan sumber materi yang dibahas. Adapun rujukan materi yang digunakan @ifta.athiyah, diantaranya berasal dari kitab- kitab klasik yang ditulis oleh ulama- ulama salafi terdahulu. Bukan hanya sekedar menampilkan, namun akun @ifta.athiya juga membaca kitab tersebut, serta menjelaskan secara rinci penjelasan- penjelasan dari cuplikan kitab yang ditampilkan dengan menggunakan kalimat- kalimat yang mudah dipahami oleh khalayak banyak. Sehingga dengan kolaborasi antara menggunakan sumber rujukan yang jelas, menjelaskan isi kandungan kitab tersebut secara rinci dan juga penggunaan kalimat yang mudah dimengerti, maka tak mengherankan jika konten akun @ifta.athiya memiliki ribuan viewers.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



**Gambar 4.9 Screenshot kutipan kitab yang ditampilkan pada salah satu konten akun @ifta.athiya.<sup>93</sup>**

Penyertaan sumber rujukan pada konten akun @ifta.athiyah, juga diungkapkan Ning Ifta pada pernyataan dalam wawancara yang dilakukan bersama peneliti:

“Biar yang saya sampaikan itu tidak dikira hoax maka saya sertakan sumber rujukannya. Saya jelaskan kitabnya, saya kasih foto dari kitab tersebut (insert foto), di video saya juga mencantumkan kitab apa-apanya dan dijelaskan maksudnya biar nggak ada salah paham juga orang-orang.”<sup>94</sup>

Karakteristik lain yang dapat ditunjukkan dari seorang komunikator ialah dari segi gaya bahasa. Kirtley dan Wraver menjelaskan tentang definisi gaya bahasa yaitu suatu proses aktivitas (dalam komunikasi meliputi, penyampaian pesan, penerimaan pesan dan juga

<sup>93</sup> Screenshot kutipan kitab yang ditampilkan pada salah satu konten akun @ifta.athiya, diakses pada 26 April 2024, Pukul 11.11

<sup>94</sup> Ning Ifta, diwawancara penulis, Bangsalsari, 24 April 2024

bagaimana pesan tersebut dapat menimbulkan efek kepada penerima pesan) yang mana jika proses tersebut diakumulikan maka hal tersebut menjadi sebuah informasi yang dapat dinilai secara keseluruhan. Gaya yang diciptakan oleh seorang komunikator dapat mencerminkan bagaimana setiap komunikator dapat menerima dirinya ketika dia melakukan interaksi. Gaya bahasa tersebut meliputi kata-kata komunikator, nada, volume saat komunikator menyampaikan pesan<sup>95</sup>.

Dalam menyampaikan pesan dakwah, gaya bahasa yang digunakan oleh akun @ifta.athiya adalah formal. Tidak menggunakan bahasa yang kekinian yang sedang trend dikalangan anak muda. Akun @ifta.athiya lebih condong menggunakan bahasa Indonesia formal yang tidak kaku, sehingga siapa saja dapat menyaksikan konten dalam akun @ifta.athiyah tanpa terhalang oleh faktor usia atau gender dan lain sebagainya. Penggunaan bahasa formal tersebut sudah di improve oleh Ning Ifta sehingga terkesan menggunakan gaya formal yang lebih fleksibel untuk dapat menyentuh segala lapisan masyarakat di dunia maya.

“ Saya itu pakai bahasa Indonesia yang formal, tapi bukan yang pas kaku “Tidak” gitu.”<sup>96</sup>

Selain memperhatikan gaya bahasa yang digunakan dalam proses kegiatan dakwah pada akun @ifta,athiya. Hal lain yang harus diperhatikan oleh akun @ifta.athiya yaitu penggunaan logat bahasa yang tidak boleh menonjol saat membuat konten tersebut. Pengucapan dengan logat madura

---

<sup>95</sup> Alo Liliwari, Komunikasi Antarpersonal ( Jakarta: Kencana, 2017), 255

<sup>96</sup> Ning Ifta, diwawancara penulis, Bangsalsari, 30 April 2024.

memang sangat erat kaitannya dengan pengucapan Ning Ifta selaku pelaku dakwah pada akun @ifta.athiya tersebut. Pelafalan logat daerah dengan seminimal mungkin juga membuka peluang besar untuk video kita, agar dapat mendapat viewers yang banyak. Untuk pengguna aplikasi Tiktok yang kebetulan tinggal atau berasal dari satu daerah yang sama dan secara otomatis memiliki logat yang sama, itu sebuah kebanggaan, namun lain lagi dengan pengguna yang memiliki latar belakang yang berbeda dan hal tersebut sangat mempengaruhi jangkauan sasaran dakwah yang ingin dicapai. Bisa jadi jika menonjolkan logat dan bahasa tertentu, maka pengguna yang men-notice keberadaan akun @ifta.athiyah hanya sedikit karena mereka tidak memiliki ketertarikan terhadap seseorang yang memiliki budaya yang berbeda dari mereka. Dan hal tersebut di atasi akun @ifta.athiyah dengan mengucapakan seminimalisir mungkin logat madura yang beliau gunakan dalam kesehariannya dengan menggunakan bahasa Indonesia, bahasa yang menjadi bahasa resmi Negara Indonesia. Hal tersebut diungkapkan Ning Ifta sebagai berikut:

“ Sebisa mungkin dihilangkan logat maduranya, logat daerah ini juga ngaruh banget lho pada viewers di tiktok. Identitas daerah memang bagus, cuman kalo masuk ke mempengaruhi gaya ngomong kita, itu kan orang nggak suka, kurang enak gitu kalo didenger. Saya ini berusaha gimana logat maduranya ini, nggak kelihatan. Menurut saya dengan meminimalisir logat daerahnya itu ya ngaruh. Ngaruh ke engagemennya bagus. Dulu juga kiai saya pernah bilang saat saya masih dipondok, “Jangan sampek keliatan logat daerahnya”. Selain output videonya jelek, penggunaan logat daerah tidak cocok jika ingin sasaran dakwah yang dituju begitu luas karena hal itu berbeda dengan latar belakang tempat dimana mereka tinggal”<sup>97</sup>

<sup>97</sup> Ning Ifta, diwawancara penulis, Bangsalsari, 30 mei 2024

Dalam pemilihan kata serta penyusunan kalimat yang disajikan kepada khalayak umum, tujuannya agar pesan yang dimaksudkan oleh Ning Ifta dapat diterima dengan baik oleh khalayak luas. Ning Ifta mengaku kesulitan jika saat take video, beliau harus menulis terlebih dahulu materinya karena ketika ada tulisan yang menjadi acuan dalam menyampaikan pesan maka akan semakin berbelit dan tidak selesai-selesai pembahasan yang disampaikan tersebut. Namun berbeda halnya saat, materi yang disampaikan tanpa ditulis terlebih dahulu maka saat menyampaikannya terasa lancar dan tanpa ada pengulangan.

“Soalnya mbak kalo saya take itu nggak bisa di ketik menggunakan tulisan, justru kalau dicatat jadi lebih lama. Kalo dipersiapkan jadi lebih lama, tapi klo langsung ngomong, itu bisa cuma sekali take. Jadi memang saya ngerasa saya lebih bagus ngomong daripada menulis. Kalo nulis justru muter yang mau dijelasin tambah nggak tau yang mau di take. Stuck gitu.”<sup>98</sup>

Karakteristik lain dapat dinilai melalui bahasa tubuh. Setiap anggota tubuh, seperti, tangan, kaki, wajah (ekspresi wajah, pandangan mata, kening berkerut dan lain sebagainya), dan keseluruhan dari anggota tubuhpun dapat disimbolkan sebagai isyarat, karena tabiat kita adalah bergerak maka Blaise Pascal menyampaikan bahwa istirahat yang sempurna adalah kematian.<sup>99</sup> Bahasa Tubuh yang terdapat pada konten @ifta.athiya diantaranya penggunaan ekspresi wajah yang kerap kali menampilkan ekspresi datar. Fungsi ekspresi datar yang ditampilkan oleh Da’i pada penyampaian informasi, yakni dapat menggambarkan situasi

<sup>98</sup> Ning Ifta, diwawancara oleh penulis, Bagsalsari, 24 April 2024

<sup>99</sup> Dedy Mulyana, Ilmu Kominikasi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021) 353

yang genting untuk segera difahami. Ekpresi datar juga dapat mengisyaratkan kepada Mad'u, bahwa ketika pesan yang ingin disampaikan maka dalam menanggapi para Mad'u harus serius dan konsentrasi dalam memaknai pesan-pesan ajaran Islam yang disampaikan. Penampilan tanpa ekspresi pada konten akun @ifta.athiya, dinilai menjadi pembeda, sebab disaat pengguna akun lainnya menggunakan ekspresi yang beragam untuk mengekspresikan hal yang sedang terjadi, namun akun @ifta.athiya tidak melakukannya.

Seorang Da'i sebagai komunikator, yang menarik secara fisik akan memiliki daya tarik tersendiri yang memungkinkan ia memiliki pesona persuasif<sup>100</sup>. Penampilan fisik yang dapat memunculkan daya tarik bagi Da'i untuk bisa memberi persuasi pada sasaran dakwah bukanlah dia yang paling cantik bentuk fisiknya, melainkan menarik secara fisik dalam kegiatan dakwah adalah Da'i yang ketika berada dihadapan publik dia yang berpakaian sopan, berpenampilan rapi, tampil dengan polesan make up senatural mungkin, penyampaian pesan komunikasi yang lancar tanpa berbelit. Penampilan fisik tersebut dapat memberi penilaian kepada Da'i terkait dengan kesiapan Da'i dalam menampilkan performa terbaiknya di hadapan publik dan penilaian tentang kesiapan Da'i tersebut, yang kemudian akan memunculkan rasa kepercayaan Mad'u kepada Da'i. Adapun kepercayaan itu sendiri merupakan suatu keberhasilan yang dicapai

---

<sup>100</sup> Muhibudin Wijaya Laksana, Psikologi Komunikasi (Bandung: CV Pustaka setia, 2015), 139



oleh Da'i untuk dapat menjadi sumber kepercayaan bagi Mad'u atau khalayak.

Penampilan fisik yang ditampilkan oleh akun @ifta.athiya pada konten yang dibuatnya ialah selalu berpenampilan sederhana, apa adanya, namun tidak mengurangi esensi dari kesopanan dan keindahan dari tampilan seorang Da'i. Ning Ifta selalu tampil anggun menggunakan beraneka macam model hijab. Tampilan Ning Iftah yang rapi dan penuh persiapan tersebut menunjukkan kemampuan menyampaikan pesan dakwah dengan baik. Pemilihan angle kamera juga diambil dari depan yang mengisyaratkan bahwa pembahasan materi dakwah yang disampaikan merupakan kegiatan formal tanpa adanya candaan dan main-main. Dalam konten akun @ifta.athiyah, Ning Ifta juga kerap kali memakai celak mata. Celak mata yang digunakan pada proses pembuatan konten berguna untuk membuat pandangan semakin tajam dan membuat wajah tidak kusam saat berada didepan kamera sehingga look yang didapatkan viewers adalah segar dan fresh yang menyebabkan viewers tidak bosan saat menonton penjelasan yang ada pada akun @ifta.athiyah.

“Kalo yang bikin menarik itu kita harus punya karakter sendiri kita harus berani menunjukkan karakter sendiri. Kalo orang mungkin senyum- senyum, cantik, sedangkan saya kan nggak senyum sama sekali di video itu karena itu menunjukkan kalo yang saya jelaskan itu serius. Kadang saya liat para kreator pemula itu mereka mencari suatu hal yang membuat mereka menarik sama netizen itu sambil senyum- senyum sok cantik sambil dari ambil angle miring tapi sebenarnya bisa bikin orang ilfiil kayak gitu mendingan kita ya anglenya depan menunjukkan itu serius dan formal, nggak ada candaannya sama sekali kalau di konten saya.”<sup>101</sup>

---

<sup>101</sup> Ning Ifta, diowawancara penulis, Bangsalsari, 30 April 2024

Tidak terbatasnya pengguna dalam mengunggah video di Tiktok merupakan tantangan yang dirasakan oleh akun @ifta.athiya. Latar belakang yang notabene adalah bukan siapa- siapa, menjadi salah satu faktor penyebab beliau dibanding- bandingkan dengan konten kreator yang sama-sama membahas perihal agama. Ketika hal itu terjadi, seringkali Da'i berkecil hati untuk tidak melanjutkan dakwahnya di Media Sosial. Dan akibatnya kegiatan dakwah yang banyak mengandung banyak manfaat tersebut, terbenakalai dan tidak dilanjutkan kembali.

Adapun pada hal tersebut, cara yang digunakan netizen untuk membanding-bandingkan dengan kreator yang lain, biasanya dengan men tag username akun kreator tersebut pada kolom komentar konten yang dianggap mereka salah dan diikuti dengan kalimat “Bagaimana tanggapan anda mengenai video ini?” Seperti yang diungkapkan Ning Ifta:

“ Kalo tantangan di dunia Tiktok, supaya nggak kalah saing dengan konten kreator lain. Kadang diadu atau dibanding-bandingin oleh husen. Contoh ada netizen yang komentar gini “Padahal kata husen kemaren kayak gini” kadang juga ditag konten kreator tersebut dikolom komentar dengan diikuti kalimat menurut kamu gimana ini penjelasan?” ”<sup>102</sup>

Seperti halnya yang dialami oleh akun @ifta.athiya yakni, terdapat salah satu postingan yang membahas tentang hukum telapak kaki yang dalam video yang diunggah tersebut ternyata banyak yang kontra. Banyak tanggapan netizen yang menganggap jika bagaimanapun kaki itu juga aurat, dan beranggapan jika kita sudah mengikuti satu Madzab, maka bagaimanapun keadaannya kita harus mengikuti Madzab satu imam

---

<sup>102</sup> Ning Ifta, diwawancara penulis, Bangsalsari, 30 April 2024.

tersebut, mau bagaimana pun keadaannya. Tapi hal tersebut kontra dengan apa yang dijelaskan oleh Ning Ifta dalam akun @ifta.athiya, beliau mengatakan jika pada satu Madzab tersebut ada suatu keadaan yang tidak bisa kita ikuti ketetapanannya maka kita bisa pindah ke Madzab lain dengan resep dari ulama. Dalam hal ini sebagai contoh aurat perempuan di Madzab Imam Syafi'i itu memang benar seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan, tapi mengapa bisa ikut Madzab Hanafi juga yang berpendapat, telapak kaki juga bukan aurat, karena mayoritas mata pencaharian penduduk di Indonesia adalah petani, sedangkan jika telapak kaki merupakan aurat, hal tersebut akan menjadi masyaqoh (hal yang menjadi keberatan/beban) sedangkan penentuan hukum yang pertama itu adalah realita. Yang mana jika ada penetapan suatu hukum tidak sesuai dengan realita, maka hukum yang telah ditetapkan sebelumnya itu bisa berubah menyesuaikan dengan kondisi realita yang sedang terjadi. Ulama pun dalam menentukan suatu hukum juga menyesuaikan dengan lingkungannya, faktor geografis di wilayahnya. Sebagai masyarakat Indonesia yang menutup aurat telapak kaki memang suatu hal yang baik ketika mengikuti Madzab Imam Syafi'i, namun apabila menutup mata kaki bagi masyarakat Indonesia adalah suatu beban karena disebabkan suatu perkara yang dorurot maka menutup telapak kaki bukan lagi suatu keharusan dan diperbolehkannya membuka telapak kaki, karena Madzab Imam Hanafi memperbolehkannya. Diboolehkannya seseorang membuka telapak kaki juga didasari dengan pendapat para Ulama yang juga

mbolehkan hal tersebut dilakukan, asalkan seseorang tersebut memiliki masyaqoh jika tetap menggunakan pendapat dari 1 Madzab saja. Hal inilah yang diperdebatkan oleh netizen pada kolom komentar dengan men tag pendakwah lain agar ikut menyaksikan penjelasan pada video tersebut.

Jika kita langsung membuat video lagi, sebagai video klarifikasi dengan menjelaskan lebih rinci lagi, itu ternyata menyebabkan penurunan followers maupun viewers, dan ternyata video klarifikasi atas pembahasan yang dianggap salah oleh netizen, dipostingnya harus menunggu esok hari (tidak langsung posting video). Ning Ifta juga menjelaskan jika memang ternyata konten miliknya dibahas oleh konten kreator terkenal seperti Riksyat Bayasut, hal tersebut menjadi kesempatan untuk dikenal lebih luas oleh netizen melalui konten kreator lain yang memiliki lebih banyak jumlah pengikut. Selain itu, pembahasan yang sudah dibahas oleh akun @ifta.athiya akan dibahas lagi dengan lebih mendalam dan rinci oleh konten kreator yang sama- sama terjun dalam dunia dakwah. Dalam kondisi yang dibanding-dingkan seperti ini, menurut Ning Ifta merupakan suatu bentuk usaha mereka dalam menciutkan tekad dan nyali seorang Da'i yang berkecimpung di Media Sosial, namun justru hal tersebut selalu dijadikan oleh Ning Ifta peluang dan dijadikan evaluasi untuk mejadi lebih baik lagi kedepannya. Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Ning Ifta sebagai berikut:

“ Saat dibanding- bandingkan itu, justru bisa jadi kesempatan biar kita diliat sama kreator lainnya juga. Seperti Riksyat Bakyasut itu

pernah nonton live saya, secara tidak langsung beliau juga membahas bahasan yang saya bahas juga dibahas.”<sup>103</sup>

Dengan demikian, proses komunikasi yang terjadi pada akun @ifta.athiyah merupakan kegiatan dakwah. Seperti yang telah dijabarkan pada BAB II pada kegiatan dakwah harus terdapat beberapa unsur yang menjadikan proses komunikasi tersebut dapat dinamakan sebagai kegiatan dakwah dan dalam akun @ifta.athiyah, terdapat semua unsur- unsur yang mengatakan proses komunikasi tersebut dapat dikategorikan sebagai kegiatan dakwah. Hal ini ditunjukkan oleh adanya unsur Da'i yang diperankan oleh Ning Ifta sebagai seseorang yang menyampaikan pesan- pesan agama Islam dalam konten yang diunggah pada aplikasi Tiktok. Netizen sebagai unsur Mad'u yang menerima pesan, unsur dakwah yang berupa materi dapat ditunjukkan oleh penyampaian pesan- pesan berupa masalah syariat, aqidah, muamalah hingga permasalahan akhlak yang disampaikan oleh akun @ifta.athiyah dalam konten pada akun Tiktoknya. Unsur metode atau thoriqoh yang dilakukan akun @ifta.athiyah yakni strategi dalam menyebarkan pesan dakwah yang dilakukan oleh akun @ifta.athiyah yaitu dengan membangun interaksi dengan para mad'u sehingga cara ini dapat memunculkan kedekatan secara emosional antara Da'i dan Mad'u. Terakhir ialah atsar atau efek yang timbul setelah Mad'u menerima pesan dakwah. Namun untuk atsar atau efek dari pesan yang disampaikan Da'i bukanlah tanggung jawab seorang Da'i karena

---

<sup>103</sup> Ning Ifta, diwawancara penulis, Bangsalsari, 30 April 2024  
CV Jabal Roudhotul Jannah Bandung 2009

hal tersebut merupakan kehendak Allah SWT dalam memberi hidayah pada diri seseorang.

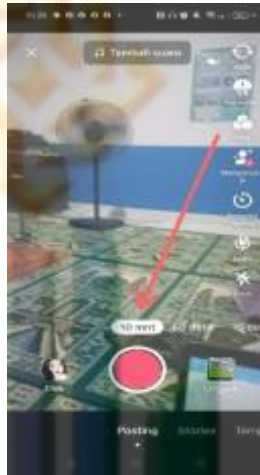
Dalam proses persiapan, editing, dan memposting konten Tiktok, akun @ifta.athiyah melakukan hal tersebut dengan sederhana dan sangat memungkinkan untuk dicontoh pengguna akun lain yang ingin memulai sepak terjang di aplikasi Tiktok. Adapun langkah- langkah yang dilakukan akun @ifta.athiyah dalam memproduksi pesan dakwah melalui aplikasi Tiktok, yaitu..

1. Mengatur Posisi dengan memilih tempat yang memiliki pencahayaan yang cukup baik.
2. Membuka aplikasi Tiktok dan mengklik icon + yang ada di tengah-tengah tampilan aplikasi



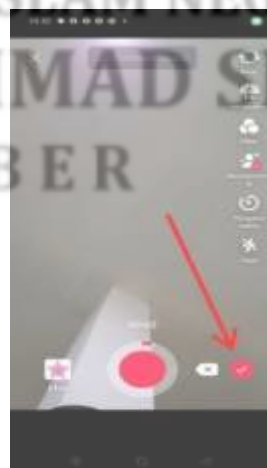
**Gambar 4.10 Screenshot Icon “+” untuk Membuat postingan terbaru**

3. Setelah itu memilih durasi video yang paling lama yaitu 10 menit dan mengklik pilihan video.



**Gambar 4.11 Screenshot pilihan durasi terlama Take Video**

4. Setelah mengklik pilihan durasi yang paling lama, dilanjut dengan take video. Pada langkah ini, konten kreator mengambil video tanpa dicut atau di jeda. Jika dirasa mengambil video selesai maka untuk menghentikan merecord yang diklik adalah tanda centang yang berwarna merah muda



**Gambar 4.12 Screenshot Tanda Centang di Aplikasi Tiktok**

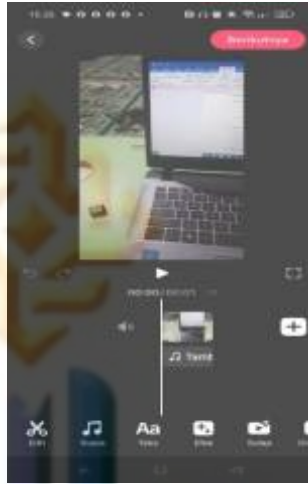
5. Setelah selesai pengambilan video, maka dilanjut mengklik icon edit yang ada di urutan nomer 3 pada fitur yang ditampilkan oleh aplikasi Tiktok.



**Gambar 4.13 Screenshot Tampilan Fitur Edit pada Aplikasi Tiktok**

6. Proses edit pun dimulai, dengan memotong scene yang tidak diperlukan atau take ketika salah pengucapan, editing juga meliputi pemberian efek sound yang mengiringi sepanjang video diputar serta bisa mengatur pencahayaan video melalui fitur efek yang tersedia pada dalam fitur editing. Pada proses ini konten krator menyesuaikan video yang diinginkan pengguna dengan memanfaatkan berbagai fitur yang terdapat pada editing di aplikasi Tiktok.





**Gambar 4.14 Screenshot Berbagai macam pilihan Menu pada fitur edit di Aplikasi Tiktok**

7. Setelah video siap maka klik tulisan “berikutnya” yang terletak di pojok kanan tampilan smartphone



**Gambar 4.15 Sreenshoot yang menunjukkan icon yang diklik setelah selesai proses editing**

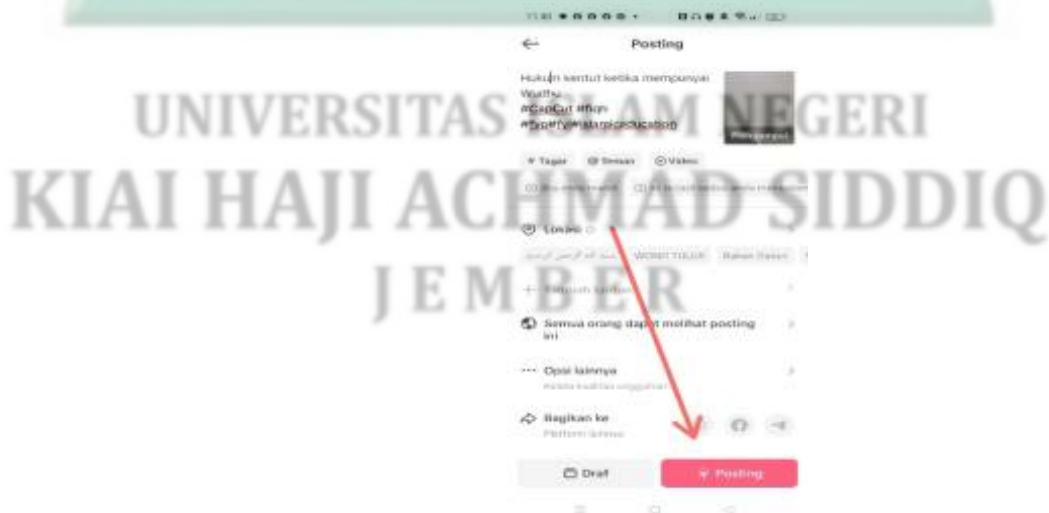
8. Setelah itu dilanjut dengan pemberian judul video, deskripsi video yang akan diunggah, kemudian menentukan hastag sesuai dengan topik yang sedang dibahas dan hastag fyi serta fyp pada setiap video

yang diposting. Selain hastag pemberian deskripsi berupa sedikit gambaran mengenai video yang diposting.



**Gambar 4.16 Screenshot Tampilan Deskripsi dan Hastag pada Aplikasi Tiktok**

9. Langkah terakhir setelah mencantumkan hastag dan deskripsi video, adalah mengunggahnya dengan mengklik tulisan posting dikanan bawah



**Gambar 4.17 Screenshot Icon Posting untuk mengunggah video**

Langkah- langkah yang telah peneliti uraikan diatas sesuai dengan data yang diperoleh peneliti melalui wawancara dengan pengelola akun @Ifta.athiyah pada 30 April 2024 yakni:

“ Saya langsung take menggunakan Aplikasi Tiktoknya itu, jadi edit dan segala macamnya itu di Aplikasi Tiktok dan memang benar-benar murni pakek aplikasi Tiktok aja. Jadi gini, yang tengah ini dipencet tanda plusnya, terus dipilih durasi yang paling lama selanjutnya diklik lalu diklik lagi setelah saya berhenti selesai ngomongnya nanti baru setelah selesai itu diedit, untuk motong mana yang mau diringkes lagi setelah itu deskripsi video yang mau diposting itu juga dikasih berbagai Hastag yang saya sebutkan tadi mbak”<sup>104</sup>

## 2. Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah pada Akun

@iftah.athiyah

Kegiatan komunikasi dakwah berbeda dengan jenis komunikasi yang lainnya. Perbedaan tersebut terletak pada unsur- unsur yang telah disesuaikan dengan visi dan misi dakwah. Komunikasi dakwah memiliki suatu ciri khusus yang mencangkup seorang Da'i (komunikator) yang menyampaikan pesan- pesan dengan sumber rujukannya adalah Al-Qur'an dan sunnah. Sementara itu, tujuan juga menjadi pembeda antara komunikasi dakwah dengan komunikasi lainnya. Dalam komunikasi dakwah, tujuan yang ingin dicapai ialah perubahan, atau pembentukan sikap yang searah dengan ajaran agama Islam dan tujuan lainnya adalah supaya di setiap individu umat Islam dapat melaksanakan kewajiban agama dan memenuhi kebutuhan akan dirinya saat berada dalam agama Islam<sup>105</sup>.

<sup>104</sup> Ning Ifta, diwawancara peneliti, Bangsalsari 30 April 2024

<sup>105</sup> Kamarruzzaman, “Epistimologi Kajian Dakwah dan Ilmu Komunikasi”, Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam 12, no. 1 (Juni 2022): 73-74

Sejatinya, media yang digunakan dalam kegiatan dakwah maupun kegiatan komunikasi lainnya adalah sama, namun bagaimana seorang komunikator tersebut mampu memanfaatkan media tersebut sesuai dengan ranah dan porsi yang menjadikan media tersebut dapat sangat bermanfaat untuk keberlangsungan proses kegiatan komunikasi. Media sangat berpengaruh dalam menjangkau sasaran dakwah. Salah satunya yaitu penggunaan media yang gencar digunakan khalayak, yaitu aplikasi Tiktok.

Adapun penggunaan aplikasi Tiktok pada proses kegiatan dakwah pada akun @ifta.athiyah bermanfaat untuk, diantaranya Jangkauan sasaran dakwah pada aktivitas dakwah di akun @ifta.athiya juga memanfaatkan sifat dari aplikasi Tiktok tersebut. Tanpa adanya batas ruang dan waktu, sasaran dakwah bisa menonton ulang, dan kembali mengingat- ingat pesan dakwah yang sudah dibahas melalui postingan yang sudah diunggah pada akun @ifta.athiyah. Jangkauan yang luas pada aplikasi Tiktok tersebut juga menjadikan Ning Ifta mendapat kepercayaan khalayak luas. Cukup dengan mengunggah postingan di Tiktok, ribuan bahkan jutaan orang dapat melihat kita. Hal tersebut dinilai sangatlah efektif dibanding ketika seorang Da'i terjun ditengah- tengah masyarakat untuk menyampaikan pesan- pesan agama Islam

Terjunnya seorang Da'i pada aktifitas dakwah ditengah masyarakat tentulah bukan hal yang mudah, hal tersebut juga memakan waktu yang relatif lama untuk mendapat kepercayaan masyarakat, perlu adanya strategi yang ekstra untuk dapat mengambil hati masyarakat, sebagai

pemula kita tidak bisa tiba-tiba melakukan acara dimana pematernya kita yang bukan siapa- siapa bahkan sampai mengumpulkan puluhan masyarakat disuatu tempat untuk mau mendengarkan kita menyampaikan materi dakwahpun adalah suatu hal yang luar biasa. Sedangkan melakukan aktifitas dakwah pada aplikasi Tiktok tidak serumit saat seorang da'i yang terjun ke lapangan, Da'i yang melakukan aktivitas dakwah di aplikasi Tiktok mampu mengumpulkan jumlah khalayak yang tak terbatas jumlahnya melalui postingan yang diunggah.

“Kalo ada orang tanya “kok masih ngonten di Tiktok?”. Kan sebenarnya kita ingin memperluas jangkauan dakwah, kalo orang di non Media Sosial (didunia nyatanya) mungkin sudah punya ustad sendiri, punya pengajian sendiri, tapi hal seperti itu kan tidak menjangkau ke orang yang tidak punya musryid, atau orang yang tidak pernah dekat atau hadir di suatu majlis dan dia merasa sendiri dan dengan keadaan bingung mencari kelompok. Dalam mencari ruang dakwah itu bisa dimulai dari tiktok. Ya saya buka tiktok itu, membuka satu jalan untuk mereka belajar agama”<sup>106</sup>

Adapun perbandingan interaksi yang terjadi antara melakukan dakwah secara face to face dengan masyarakat dan melakukan dakwah melalui aplikasi Tiktok sangatlah berbeda. Pada aktivitas dakwah yang dilakukan secara langsung, Mad'u yang datang kemungkinan besar akan malu menyampaikan pertanyaan yang dia miliki kepada Da'i. Sebab terkadang pikiran- pikiran mereka dipenuhi dengan pertanyaan “Apakah pertanyaan yang akan saya ajukan ini cukup berbobot untuk ditanyakan?”, “Apakah pertanyaan yang akan saya ajukan ini, sesuai dengan materi yang dibahas?”, “Bagaimana reaksi orang sekitar saat saya bertanya?” dan

<sup>106</sup> Ning Ifta, diwawancara penulis, Bangsalsari, 24 April 2024

pikiran-pikiran negatif lainnya. Sementara itu, aktivitas dakwah yang dilakukan melalui aplikasi, Mad'u bisa leluasa mengirimkan pertanyaan-pertanyaan walaupun pertanyaan dirasa tidak sesuai dengan materi yang dibahas lewat video Tiktok, Mad'u bisa memberi pertanyaan tanpa merasa didiskriminasi dengan reaksi disekelilingnya. Dengan demikian pesan dakwah yang disampaikan melalui Tiktok dirasa lebih efektif karena menimbulkan komunikasi yang bersifat dua arah. Seperti pernyataan Ning Ifta sebagai berikut

“Kan mungkin orang malu tanya sama guru, sama ustadz karena kan bertanya sama ustadz guru itu kan ngerasa nggak panteskan kita itu, jadi mungkin dari adanya media dakwah di Tiktok itu, orang orang lebih mudah menerima informasi agama, tidak harus repot-repot bertanya ke guru ataupun ustadz yang sehingga dia memiliki rasa tidak pantas gitu<sup>107</sup>

Konten pertama kali yang diunggah oleh Ning Iftah saat itu adalah tentang pencarian jodoh, tema tersebut mejadi konten dakwah karena sebelumnya beliau akan menghadiri acara pernikahan. Setelah konten tersebut diunggah dan mendapat respon positif dari masyarakat yang ditandai dari banyaknya viewers dan tanggapan tanggapan yang didapat melalui kolom komentar, dari situlah Ning Ifta menemukan peluang yang sangat strategis untuk lebih banyak menciptakan dan menyebarkan ajaran-ajaran Islam. Dalam melakukan syiar agama, Ning Ifta tidak hanya menggunakan aplikasi Tiktok, Instagram adalah salah satu Media Sosial yang digunakan Ning Ifta untuk berdakwah. Namun penelitian yang dikaji oleh penelititi hanya berfokus pada akun Tiktoknya saja. Aplikasi Tiktok

<sup>107</sup> Ning Iftah, diwawancarai penulis, Bangsalsari, 24 April 2024

dipilih karena membawa impact yang besar bagi konten yang telah diunggah jika dibandingkan dengan menggunakan Media Sosial yang lain

Ning Ifta juga menjelaskan tentang alasan mengapa dia menggunakan Tiktok sebagai media dalam menyampaikan dakwah

“Saya di IG jarang (menggunakannya) ig sebagai media dakwah. karna ngeliat di IG kok percuma jadi emang engagementnya lebih tinggi di tiktok”<sup>108</sup>

Perbandingan viewers di Tiktok dan Intagram :



**Gambar 4.18 Screenshoot jumlah viewers di Tiktok<sup>109</sup>**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

<sup>108</sup> Ning Ifta, diwawancara Penulis, Bangsalsari, 24 April 2024

<sup>109</sup> Screenshoot jumlah viewwers di Tiktok @ifta.atihyah, diakses pada 26 April 2024, Pukul 11.13



**Gambar 4.19 Screenshot jumlah Viewers di Instagram<sup>110</sup>**

Sebagai media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Tiktok memiliki peluang besar untuk dapat membuat orang terkenal. Tak hanya membuat seseorang terkenal, pada penggunaan aplikasi Tiktok kita juga bisa menemukan berbagai tontonan berupa kategori tayangan yang mengandung informasi, tayangan yang mengandung edukasi berupa trik dan tips, tayangan yang bersifat hiburan, dan tayangan berupa berita terkini yang menjadi pembahasan diseluruh dunia. Besarnya minat masyarakat terhadap aplikasi Tiktok dibuktikan dengan unduhan aplikasi Tiktok sebanyak 500 juta pengguna di play store, yang mana pada tahun 2019 terhitung

<sup>110</sup> Screenshot Jumlah Viewers di Instagram, diakses pada 26 April 2024 Pukul 11.13 wib



sebanyak 1,5 miliar kali diunduh pada aplikasi App Store dan Play Store.<sup>111</sup>

Ketertarikan netizen pada aplikasi Tiktok ini salah satunya, ialah adanya fitur beragam, yang semakin memudahkan pengguna untuk turut berpartisipasi dalam pembuatan konten yang diposting pada aplikasi tersebut. Ketertarikan masyarakat juga dapat disebabkan dari keterlibatan pengguna yang perannya bukan hanya sebagai penikmat saja, akan tetapi seluruh pengguna bisa membuat tren-tren yang sedang ramai dibicarakan dan banyaknya pengguna juga mempengaruhi seorang pengguna agar dapat dikenal khalayak luas.

Sebagai media yang menarik minat banyak masyarakat, aplikasi Tiktok dimanfaatkan @ifta.athiyah untuk menyebarkan konten dakwahnya pada aplikasi tersebut. Dengan melihat kesempatan tersebut, Ning Ifta selaku pelaku dakwah memanfaatkan hal tersebut

untuk memberikan ajaran-ajaran kepada masyarakat dengan pengertian yang memudahkan mereka dalam memahami hal tersebut. Selain itu juga seperti yang telah disebutkan diatas, menurut Ning Ifta hal apapun atau video apapun yang diunggah di Tiktok itu pasti terlihat akan lebih menarik, seperti potongan- potongan video ceramah yang diambil dari youtube akan terasa lebih menarik ditonton di Tiktok daripada kita harus menonton secara full di Youtube. Saat video tersebut masuk Tiktok, maka video ceramah itu bisa disaksikan dengan enjoy, dengan penuh

---

<sup>111</sup> Dwi Oktariani, “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pembelajaran Seni Tari Tradisi Nusantara Pada Remaja”, Jurnal Pendidikan Sosiologi dan Humaniora 13, no 2 (Oktober 2022): 908 – 907-915

semangat dan beda halnya ketika kita menyaksikannya di youtube, yang terasa sangat hambar dan membosankan, padahal konten yang ditampilkan di Tiktok dan Youtube adalah satu video yang sama, namun ketika menggunakan media yang berbeda, hal yang dirasakan saat menyaksikan pun ikut berubah. Seperti yang disampaikan Ning Ifta pada wawancara bersama peneliti :

“ Saya melihat Tiktok itu aplikasi yang sangat strategis, yang paling banyak digunakan, yang paling diminati oleh anak muda. Apapun isinya kalo udah di Tiktok, rata- rata orang minat. Entah itu sebagai hiburan, atau edukasi, atau tips, atau seputar apapun jika sudah di Tiktok orang itu merasa tertarik gitu dibanding aplikasi lainnya. Saya melihatnya seperti itu dan saya rasakan juga memang seperti itu. Misal ngelihat cuplikan film, kalo nonton aslinya kok kelamaan tapi klo nonton di Tiktok itu jadi rasanya lebih menarik aja kalo di tiktok. Bahkan dalam dakwah ceramah- ceramah ustad, kiai yang ada di Youtube kok bosenin tapi klo lihat di tiktok jadi enjoy, kayaknya emang Tiktok itu punya power sendiri gitu ya untuk membuat semua menarik termasuk dakwah”<sup>112</sup>

Sebagai Da'i yang memanfaatkan aplikasi Tiktok untuk media penyebaran pesan agama yang disampaikan, akun @ifta.athiyah memanfaatkan secara maksimal fitur ataupun bisa disebut dengan fasilitas yang disediakan oleh aplikasi Tiktok untuk penggunaanya.

Dalam hal ini akun @ifta.athiyah memanfaatkan fitur filter pada unggahan video milik @ifta.athiyah yang difungsikan sebagai penambah cahaya pada video yang diunggah. Penggunaan filter juga dipakai secara acak dan disesuaikan dengan kebutuhan cahaya yang

---

<sup>112</sup> Ning Ifta, diwawancara penulis, Bangsalsari, 24 April 2024

butuhkan Da'i. Penggunaan filter ini, dinilai sangat menguntungkan, karena memudahkan konten kreator dalam proses editing videonya.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Ning Iftah yakni:

“ Dari pemanfaatan fitur Tiktok itu, saya menggunakan salah satunya itu seperti filter yang membantu efek pencahayaan”<sup>113</sup>

Fitur lain yang digunakan akun @ifta.athiyah adalah hastag. Penggunaan fitur hastag pada aplikasi Tiktok memiliki fungsi untuk memudahkan pengguna lain ketika mencari pembahasan yang dicari oleh mereka. Dalam penulisannya, hastag dilambangkan dengan # (tagar). Adapun cara penggunaan hastag pada caption, dengan terlebih dulu memberi tagar setelah itu diikuti dengan topik yang akan dibahas dalam video tersebut contoh #FIQHWANITA. Hastag digunakan oleh akun @ifta.athiya disesuaikan dengan judul, dengan rincian topik secara umum, lalu topik yang mulai mengerucut, setelah itu menyesuaikan dengan apa yang dibahas dalam video tersebut. Penggunaan hastag pada konten akun @ifta.athiyah tersebut, sesuai dengan pernyataan Ning Iftah yaitu:

” Pemakaian fitur lainnya itu ya hastag. Hastagnya itu ya seperti #islameducation #fiqhwanita, #Tiktokdakwah #tiktokguru. Karena di pencarian orang itu ya muncul dari hastag yang kita cantumin di video itu. Pertama kali yang di hastag itu judulnya, contoh #hukummembukatelapakkaki terus naik lagi ketinggian #aurotperempuan nanti lebih umum lagi #aurotwanitadiluarsholat kemudian ke cakupannya lebih umum

---

<sup>113</sup> Ning Ifta, diwawancara peneliti, Bangsalsari, 24 April 2024

lagi #fiqhwanita kemudian terus dan ditutup dengan #fyp #tiktok #viral #fyi #trending dan seterusnya”<sup>114</sup>

Selain pernyataan Ning Ifta mengenai penggunaan hastag pada konten akun @ifta.athiyah, penggunaa tagar pada konten juga dapat dilihat melalui konten yang terdapat pada akun @ifta.athiyah, hal tersebut sesuai dengan gambar berikut:



**Gambar 4.20 Screenshot Penggunaan Hastag pada Konten akun @ifta.athiyah<sup>115</sup>**

Fitur lain yang digunakan akun @ifta.athiyah dalam proses kegiatan pesan dakwah adalah Fitur stich video aplikasi tiktok berfungsi untuk pengguna lain untuk menampilkan video tersebut pada video yang akan kita buat. Saat kita membuat video, fitur stich tersebut dapat digunakan sebagai media untuk menganggapi sesuatu

<sup>114</sup> Ning Ifta, diawaqncara peneliti, 24 April 2024

<sup>115</sup> *Sreenshoot* kutipan kitab yang ditampilkan pada salah satu konten akun @ifta.athiya, diakses pada 26 Apri 2024 pada pukul 12. 17 wib

berdasarkan konten yang dibuat pengguna lain. Dan fitur ini memudahkan konten kreator dalam memberikan gambaran kepada penonton mengenai konten yang dimaksudkan.

Dalam hal ini, akun @ifta.athiya juga menggunakan fitur stich pada aplikasi Tiktok dalam proses kegiatan dakwahnya, walaupun tidak disemua video yang diposting menggunakan fitur ini, namun fitur ini sangat dirasakan manfaatnya oleh akun @ifta.athiyah yang digunakan untuk menampilkan cuplikan video yang ingin dibahas oleh akun @ifta.athiyah. Penggunaan stich video tersebut dapat ditemui pada salah satu konten beliau yakni



**Gambar 4.21 ScreenShoot penggunaan Fitur Stich pada konten akun @ifta.athiyah<sup>116</sup>**

<sup>116</sup> ScreenShoot penggunaan Fitur Stich pada konten akun @ifta.athiyah diakses pada 26

April 2024 pukul 11. 41 wib

Fitur aplikasi Tiktok terakhir yang dimanfaatkan oleh akun @ifta.athiyah, adalah live streaming. Live Streaming pada aplikasi Tiktok, menyerupai konsep siaran langsung yang terdapat pada media-media komunikasi lainnya. Namun live streaming antara Media Massa (tv, radio, koran) dengan live streaming di Media Sosial berbeda (tiktok, instagram, facebook) berbeda. Perbedaan tersebut terletak pada penggunaan fitur chat pada live streaming di Media Sosial. Hal tersebutlah yang disebut dengan interaksi langsung antara pengguna dan netizen pada penggunaan fitur live streaming tersebut. Fitur live streaming pada penggunaan aplikasi Tiktok, memiliki daya tarik komunikasi yang bersifat interaktif dan hal tersebut dimanfaatkan oleh banyak influencer atau pengguna Tiktok, untuk berinteraksi langsung dengan pengikut mereka di Media Sosial (Tiktok, Facebook, Instagram dll)<sup>117</sup>

Dalam penggunaan fitur live streaming pada aplikasi Tiktok, digunakan oleh akun @ifta.athiyah sebagai sarana untuk menjemput lebih banyak penonton sekaligus pengikut. Berdasarkan pengamatan Ning Ifta, setelah penggunaan fitur live streaming tersebut, semakin banyak pengguna yang mengikuti akun @ifta.athiyah. Pada akun @ifta.athiyah penggunaan fitur live streaming hanya dilakukan sebanyak dua kali terhitung semenjak beliau aktif menggunakan Tiktok sebagai media dakwah, namun manfaat yang dihasilkan sungguh luar

---

<sup>117</sup> Lidya Agustina “ *Live Video Streaming Sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial*” (Aptika dan IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI ), Hal 18-21

biasa dalam menggaet viewers dan followers. Penggunaan fitur live streaming dalam proses kegiatan dakwah pada akun @ifta.athiyah, searah dengan pernyataan Ning Ifta pada wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 30 April 2024 yaitu:

”Live streaming itu saya jarang menggunakan. Dari awal hingga saat ini, saya melakukan live streaming itu, hanya sebanyak 3x. tapi memang live streaming itu, benar-benar genjot ke followers dan viewers ke video- video yang udah diunggah sebelumnya itu makin banyak lagi yang nonton”<sup>118</sup>

Proses pengelolaan hingga pemanfaatan Aplikasi Tiktok pada akun @ifta.athiyah sebagai media dakwah, tentu selaras dengan pengertian Media Sosial yang telah disampaikan oleh Van Dijk sebagaimana yang telah peneliti cantumkan pada BAB II . Van Dijk mengungkapkan bahwa Media Sosial merupakan sebuah platform , yang berfokus untuk memfasilitasi pemilik akun dalam beraktifitas ataupun berkolaborasi dalam pembuatan dan penyebaran konten pada Media Sosial. Pengertian Van Dijk terkait Media Sosial sesuai dengan apa yang diterapkan akun @ifta.athiyah yang benar- benar melakukan segala aktifitas dakwahnya di Media Sosial cukup hanya menggunakan 1 jenis platform Media Sosial yakni Aplikasi Tiktok.

### C. PEMBAHASAN TEMUAN

Kandungan pada pembahasan temuan ini, adalah interprestasi peneliti terkait data yang sebelumnya sudah dikumpulkan melalui wawancara, observasi serta dokumentasi, kemudian dipilah lalu disajikan dan dianalisa. Maka pada pembahasan temuan, peneliti menyajikan dan meringkas data

<sup>118</sup> Ning Ifta, diwawancara peneliti, Bangsalsari 30 April 2023

sesuai dengan jawaban dari fokus masalah yang sudah ditetapkan sebelumnya. Maka bisa dikatakan, bahwasanya pembahasan temuan ini merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti dengan menyesuaikan data yang sudah diperoleh. Adapun pembahasan temuan berdasarkan fokus masalah yang berjumlah 2 yakni:

1. Proses pengelolaan akun @ifta.athiyah sebagai media dakwah

Proses pengelolaan akun yang digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan pesan dakwah pada aplikasi Tiktok tentu menggunakan langkah- langkah yang mendukung terjadinya proses kegiatan dakwah itu sendiri. Dalam hal ini, yang dimaksud oleh peneliti mengenai pengelolaan akun sebagai media dakwah adalah tentang bagaimana cara atau strategi dan berbagai upaya yang dilakukan pengelola akun @ifta.athiyah agar mendapatkan atensi supaya dikenal oleh khalayak lebih luas, upaya dalam mempertahankan eksistensi kegiatan dakwah ditengah persaingan yang sengit, menggaet lebih banyak viewers, serta bagaimana proses yang dilakukan akun @ifta.athiyah dalam mendistribusikan pesan dakwah pada aplikasi Tiktok, mulai awal pembuatan hingga akhirnya bisa disebarluaskan. Adapun proses yang dilakukan akun @ifta.athiyah dalam pengelolaan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah adalah:

- a. Konten harus relevan. Relevansi pesan dakwah dengan berbagai persoalan masyarakat dan kehidupan masyarakat harus berimbang. Relevansi juga dapat diartikan sebagai kesamaan di berbagai hal,



dalam konteks ini, kesamaan yang dapat dibentuk dan mengunggah viuwers untuk menonton konten yang disajikan bisa berupa kesamaan dalam hal budaya, permasalahan, gender, ras, suku ataupun latar belakang dapat menjadi daya tarik sebuah pesan dakwah untuk dikonsumsi khalayak luas. Kesamaan atau relevansi antara pesan dakwah yang disampaikan dengan tingkah laku Da'i yang bertugas sebagai pengirim pesan juga harus sesuai, karena hal tersebut berhubungan dengan kredibilitas seorang Da'i dalam kegiatan dakwah. Dalam menjaga relevansi isi ataupun Da'i dengan mad'u merupakan interaksi yang terjadi antara komunikator serta komunikan pada Media Sosial, hal ini sesuai dengan sifat Media Sosial yang dalam BAB II telah didefinisikan oleh Kalamas bahwasanya Media Sosial adalah suatu sarana untuk saling berbagi, saling berpartisipasi untuk memperluas interaksi social manusia menggunakan internet atau teknologi. Maka dalam proses komunikasi yang terjadi antara Da'i dan Mad'u pada akun @ifta.athiyah sebagai suatu wujud dari fungsi Media Sosial sebagai sarana dakwah yang dapat menciptakan suatu hubungan yang luas serta membangun kedekatan emosional melalui interaksi yang tercipta antara Da'i dan Mad'u.

- b. Karakteristik konten. Pengelolaan akun sebagai media dakwah, tak lepas dari karakteristik atau ciri khas yang harus terdapat pada setiap akun, agar dapat dikenal oleh masyarakat. Akun @ifta.athiyah memiliki ciri khusus dengan menampilkan wajah serius (tidak

tersenyum ataupun bercanda) tampilan wajah serius tersebut dapat ditandai dari kerutan dahi diwajah dan didukung dengan datarnya mimik wajah. Karakteristik selanjutya terletak pada pembahasan yang to the poin, maksudnya adalah ketika menjawab pertanyaan netizen maka akun @ifta.athiyah akan menjawab inti dari jawaban tersebut sehingga jawaban tersebut dapat dengan mudah dimengerti oleh netizen. Karakteristik selanjtnya terdapat pada penggunaan gaya bahasa Da'i di semua konten akun @ifta.athiyah, gaya bahasa yang digunakan adalah formal tidak baku, namun penggunaan logat daerah pada pengucapan aksen bahasa Indonesia juga harus diminimalisir. Penggunaan logat daerah pada kegiatan dakwah tersebut, dapat menyebabkan suatu kesenjangan dengan para viewers karena munculnya suatu perbedaan suatu budaya disana.

Bahasa tubuh juga menjadi suatu ciri khas dalam penyajian konten pada akun @ifta.athiyah, bahasa tubuh yang digunakan Da'i pada konten akun @ifta.athiyah adalah dengan tidak menampilkan anggota tubuh selain wajah dan juga tampilan ekspresi datar Da'i saat menyampaikan pesan dakwah. Tampilan sumber rujukan dalam pesan dakwah pada video konten, juga merupakan ciri khas yang terdapat pada konten @ifta.athiyah. Karakteristik terakhir yang harus terus ada dalam konten akun @ifta.athiyah ialah penampilan fisik. Penampilan fisik yang selalu diperhatikan akun @ifta.athiyah ialah selalu tampil

dengan sederhana, apa adanya namun tidak mengurangi esensi dari kesopanan dan keindahan dari seorang Da'i.

- c. Konsistensi. Mengunggah konten di aplikasi Tiktok secara terus menerus juga menjadi hal yang harus dilakukan pada saat pengelolaan akun Tiktok sebagai media dakwah. Pengelola akun @ifta.athiyah mengunggah konten di Tiktok dilakukan rutin setiap hari dan tak pernah putus. Minimal dalam satu hari konten yang diupload harus satu dan wajib setiap hari. Dalam hal ini peneliti melihat konsistensi dari up video dengan rutin tersebut berfungsi untuk menjaga keaktifan dari akun yang dikelola semakin banyak konten yang disajikan, maka semakin banyak pula viewers yang berkunjung pada akun tersebut.

- d. Respon pengelola dalam menyikapi segala tantangan juga merupakan bagian dari proses pengelolaan media dakwah pada aplikasi Tiktok.

Dalam hal ini, tantangan yang didapatkan akun @ifta.athiyah dijadikan

sebuah peluang akun Tiktoknya untuk dikenal lebih banyak khalayak

melalui tantangan yang dihadapi berupa perbandingan yang dilakukan netizen antara akun @ifta.athiyah dengan akun dakwah yang lebih

terkenal seperti akun Riksyat Bakyasut. Respon pengelola akun Tiktok

@ifta.athiyah dalam menyikapi hal ini, ialah bijak karena peneliti

menilai sikap tersebut harus dimiliki pejuang yang tak mengenal kata

menyerah dan menjadikan tantangan sebagai peluang adalah suatu hal

yang sangat luar biasa. Karena dengan begitu, seorang Da'i mampu

bertahan dan menciptakan inovasi terhadap alternatif dalam melakukan strategi yang menyebabkannya dengan mudah dikenal khalayak luas.

- e. Proses pengelolaan juga mencakup langkah dalam pendistribusian pesan dakwah. Pada proses penyajian dan pembuatan konten dakwah, pengelola akun @ifta.athiyah hanya mengandalkan satu aplikasi saja, yaitu aplikasi Tiktok. Dari proses rekaman, editing dan juga penyebaran akun @ifta.athiyah benar-benar hanya menggunakan aplikasi Tiktok, sebagai media satu-satunya yang diandalkan dalam proses pembuatan hingga penyebaran dakwah dinilai cukup efektif dan praktis. Efektif dalam konteks tidak perlu keluar aplikasi untuk menyempurnakan pengerjaan akhir konten dan praktis karena pada proses tersebut, pengelola tidak membutuhkan aplikasi lain yang dikhawatirkan akan berpengaruh pada penyimpanan internal smartphone.

## 2. Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai media dakwah pada akun

@ifta.athiyah

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan peneliti pada BAB II terkait berbagai macam manfaat yang diperoleh saat menggunakan aplikasi Tiktok yaitu sebagai media informasi. Sebagai media Informasi maka pada akun @ifta.athiyah, Aplikasi Tiktok bermanfaat sebagai perantara untuk menyampaikan informasi berupa pesan/ materi (maddah) kepada khalayak online. Tiktok sebagai media personal branding memang benar adanya karena melalui aplikasi Tiktok, Ning Ifta athiyah dapat

menciptakan citra dirinya menjadi seseorang yang sangat mengerti tentang agama Islam dan mampu menyampaikan fatwa- fatwa yang menjadi sumber rujukan seseorang saat mencari jawaban atas permasalahan agama yang dialaminya. Manfaat Tiktok sebagai media pembelajaran dapat diperoleh melalui akun @ifta.athiyah yang diperuntukkan sebagai media pembelajaran dalam proses penyampaian pesan- pesan dakwah .

Adapun manfaat aplikasi Tiktok sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiyah berdasarkan data yang telah ditemukan dan diuraikan sebelumnya, maka dalam pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah yaitu:

- a. Media yang mampu menjangkau lebih luas sasaran dakwah

Aplikasi Tiktok dapat menjangkau sasaran dakwah yang lebih luas. Jangkauan Mad'u (sasaran dakwah) yang lebih luas tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor tidak terbatasnya ruang dan waktu untuk Mad'u dalam mengakses video berisikan pesan dakwah yang diunggah akun @ifta.athiyah. Tidak mungkin untuk seorang Da'i yang dikatakan pemula dapat mengumpulkan sekian ribu Mad'u di satu waktu, namun berbeda halnya ketika menggunakan aplikasi Tiktok, Da'i pemula bisa saja mendapatkan sekian ribu Mad'u dengan menggunakan strategi yang telah dirumuskan.

b. Sebagai Media pemikat Viewers

Aplikasi Tiktok, sebagai media yang saat ini masih gencar dan banyak digemari masyarakat menjadi sebuah kesempatan yang luas dalam menyampaikan pesan dakwah. Kegemaran masyarakat dalam menggunakan aplikasi Tiktok sebagai media penyedia informasi, media hiburan dibandingkan dengan Media Sosial yang lain terlihat dari perbandingan video konten dakwah yang diunggah di aplikasi Tiktok dan konten dakwah yang diunggah di aplikasi Instagram memiliki selisih yang sangat besar. Dan jumlah viewers yang lebih besar didapatkan jika akun @ifta.athiyah menggunakan aplikasi Tiktok sebagai media yang digunakan untuk menyalurkan pesan dakwah.

c. Penggunaan Fitur Tiktok dalam efektifitas kegiatan Dakwah

Penggunaan fitur sebagai alat untuk menunjang aktifitas dakwah, juga merupakan manfaat yang bisa didapatkan dalam penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah. Penggunaan filter sebagai penambah lighting pada konten, Hastag yang berguna untuk memudahkan netizen dalam pencarian pembahasan yang dibutuhkan netizen, stich video yang membantu Da'i untuk menampilkan video yang dimaksudkan tanpa proses editing serta fitur live streaming yang dapat mendongkrak jumlah followers pada akun merupakan manfaat dari aplikasi Tiktok yang dapat digunakan Da'i untuk mempermudah proses kegiatan dakwah yang sedang dilakukan.

Maka sesuai dengan teori difusi inovasi pada BAB II yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, bahwasanya teori ini menjabarkan jika teori difusi inovasi merupakan suatu proses menyebanya ide-ide atau hal-hal baru dalam upaya merubah masyarakat dari tempat satu menuju tempat lain, teori ini juga mengungkapkan tentang peranan media yang sangat krusial dalam pembangunan yang terhubung dengan difusi dan adopsi terhadap inovasi sosial. Teori yang digunakan peneliti sesuai dengan fenomena yang digambarkan pada perubahan yang dilakukan dalam kegiatan dakwah yang sebelumnya dilakukan dengan tatap muka atau tanpa perantara, maka saat ini Da'i harus mampu menyeimbangkan dengan mengadopsi kegiatan dakwah yang dilakukan dalam media digital sebagai bentuk inovasi mengemas pesan dakwah dalam bentuk konten. Dalam hal ini media berperan sangat penting bagi proses penyebaran pesan yang ingin disebarakan pada khalayak luas dan media juga menduduki peran krusial dalam adaptasi penggunaan teknologi saat ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari penelitian “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok pada @ifta.athiyah, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan dianalisa oleh peneliti yaitu:

1. Proses yang dilakukan oleh akun @ifta.athiyah dalam mengelola akun @ifta.athiyah sebagai media dakwah yaitu dengan memperhatikan relevansi atau kesamaan materi dakwah dengan kehidupan khalayak, mencari kesamaan dengan khalayak agar dapat membangun kedekatan dan juga kesamaan yang seimbang antara apa yang diucapkan Da'i dengan perbuatan yang dilakukan oleh Da'i. Proses selanjutnya mengenai karakteristik yang menjadi ciri khas atau sesuatu yang menjadi daya tarik konten yang disajikan, proses pengelolaan akun sebagai media dakwah selanjutnya yaitu konsistensi. Konsistensi dalam mengunggah konten setiap hari dan proses terakhir dari pengelolaan akun @ifta.athiyah yakni langkah-langkah dalam mendistribusikan pesan dakwah yang mencakup take video, proses editing hingga akhirnya bisa disebarluaskan. Proses pengelolaan akun Tiktok pada akun @ifta.athiyah tersebut telah esuai dengan teori yang sudah dijabarkan peneliti pada BAB II, yang mana kesesuaian tersebut terletak pada pengertian Media Sosial yaitu sebuah saluran internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara



selektif, hadir sendiri baik secara realtime atau tidak sinkron dengan khalayak luas dengan mengkreasi konten yang dibuat pemilik akun dan Media Sosial memegang peranan penting sebagai publikasi dan pemberitaan opini. Adapun Tiktok merupakan salah satu platform Media Sosial yang terdapat salah satu akun @ifta.athiyah yang mengkreasi akunnya sebagai media dalam melakukan kegiatan dakwah dengan mempublikasikan konten yang berisi pesan-pesan agama Islam sebagai upaya memberi persepsi kepada umat manusia agar menjadi paham dengan petunjuk-petunjuk yang Allah SWT berikan melalui agama Islam.

2. Manfaat yang diperoleh dari aplikasi Tiktok pada akun @ifta.athiyah sebagai media dakwah adalah dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, media yang dapat memikat viewers lebih banyak jika dibandingkan menggunakan Media Sosial yang lain. Pemanfaatan fitur dalam Tiktok juga sangat bermanfaat pada proses kegiatan dakwah pada akun @ifta.athiyah.

Fitur yang dimanfaatkan tersebut yang pertama adalah penggunaan filter yang bermanfaat sebagai membantu memberikan tambahan cahaya pada konten. Fitur hastag dalam aplikasi Tiktok juga bermanfaat untuk memudahkan netizen dalam pencarian konten yang diinginkan. Fitur stich juga bermanfaat pada proses kegiatan dakwah yang terjadi di akun @ifta.athiyah karena dapat menampilkan cuplikan video yang akan dibahas tanpa perlu melakukan editing dan pemanfaatan fitur terakhir yang digunakan akun @ifta.athiyah adalah live streaming yang dapat menibulkan interaksi langsung dengan netizen tanpa terbatas jarak, ruang

dan waktu, dan juga ketika sebuah akun banyak melakukan live streaming maka peluang untuk menambah followers atau viewers semakin besar. Hal ini sesuai dengan apa yang telah peneliti singgung sebelumnya pada BAB II pada kajian teori yang menyatakan bahwa dibanding dengan platform Media Sosial lain, Aplikasi Tiktok sangat digemari oleh manusia hal ini ditunjukkan dari kedudukan aplikasi Tiktok sebagai peringkat utama sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh pada tahun 2023 dan sebanyak 63% penduduk bumi yang mengakses aplikasi Tiktok sebagai Media Sosial yang digunakan dalam keseharian manusia serta aplikasi Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang dikembangkan menjadi Media Sosial yang lebih interaktif. Maka dengan begitu, pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai Media Dakwah pada akun @ifta.athiyah sesuai dengan apa yang dikaji peneliti pada kajian teori dalam BAB II, yang menjadikan aplikasi Tiktok sebagai media yang sangat efektif digunakan dalam kegiatan Dakwah di media digital pada saat ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut :

### 1. Bagi Pengelola Akun Dakwah Di Media Sosial

Agar semakin bisa mengeksplere dan memaksimalkan berbagai fitur- fitur yang sudah tersedia di aplikasi Tiktok serta sering mengadakan live streaming dan memulai berinteraksi dengan para pengikutnya dalam rangka meningkatkan jumlah viewers maupun followersnya, serta

mengaktifkan komunikasi dengan para pengikutnya agar sasaran dakwah juga dapat berkontribusi dalam proses kegiatan dakwah tersebut. Agar pendapatan yang diperoleh dari kegiatan dakwah yang dilakukan pada Media Sosial, digunakan untuk pengembangan dakwah Islam

## 2. Da'i

Dengan adanya penelitian ini, semoga pendakwah dapat memiliki suatu pandangan atau rekomendasi saat akan melakukan kegiatan dakwah melalui Media digital, sehingga Da'i dapat menyesuaikan tren perkembangan saat menyampaikan pesan sesuai dengan kemajuan teknologi agar konsep Islam Shalihun li kulli zaman wa makan senantiasa terlaksana pada pola kehidupan manusia yang selalu berubah-ubah.

## 3. Bagi Pembaca

Penelitian yang sudah terlaksana dan selesai ini, agar dijadikan referensi untuk mengembangkan bidang keilmuan kedepannya. Semoga dengan adanya penelitian ini, pembaca bisa memahami proses produksi pesan- pesan dakwah yang terjadi pada aplikasi Tiktok dan agar bisa mempermudah pembaca untuk memulai kegiatan dakwah dalam rangka menyebar kebaikan di Media Sosial dan mengalih fungsikan manfaat aplikasi Tiktok dengan sebaik mungkin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. (2003). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Abdul, A. J. (2015). *Fiqh Ibadah*. Solo: PT. Era Adicitra Intermedia.
- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial*. Jakarta: Kencana.
- An dhika, M. R., Hamzah, R. H., Pasaribu, M., & Putri, C. E. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @Nuansakopi. *Jurnal Cyber PR*, 107-118.
- Anggraini, R., Ardana, T., & Poppy, F. (Eds.). (n.d.). *II*. doi:<https://doi.org/10.47134/academicia.v2i4.7>
- Aqshalnawitri, D., Reanata, R. M., & Santika, N. (2023). Analisis pelaksanaan Event Workshop Pentingnya membangun Personal Branding di Media Sosial. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 6-23.
- Ardana, R. A., & Febriana, P. (2023). Analisa Fenomena Penggunaan Media Sosial Tiktok @duniaislam Sebagai Media Sosial. *Academia Globe Research Inderscience*.
- Asror, A. (2018). *Paradigma Dakwah*. Yogyakarta: LkiS.
- Atik, S. (2021). Pemanfaatan Media Tiktok sebagai Sarana Dakwah Bagi Dosen IAI Kalijogo Malang. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*.
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Damanhuri. (2010). *Akhlaq Tasawuf*. Banda Aceh: PeNA.
- Dermawan, A. (2002). *Metodologi Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: LESFI.
- Dermawan, A. (2002). *Metodologi Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: LESFI.
- Eriyanto. (2021). *Analisis Jaringan Media Sosial*. Jakarta : Kencana.
- Eriyanto. (2021). *Ananlisis Jaringan Media Sosial*. Jakarta: 2021.
- Galuh, N., & R, K. M. (2017). Pendidikan Aqidah dalam Perspektif Hadist. *Jurnal Transformatif*.
- Gunawan, F. (2018). *Religion Society & Social Media*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Hadi, S. (2012). *Ilme Dakwah*. Jember: Centre for Society Studies.
- Hafidz, M. (2021). *Dakwah di Media Sosial*. Sidoarjo: INTERA.

- Haryadi, T. (2018). Adaptasi Teori Difusi Inovasi dalam Game " Yuk Benahi " dengan Pendekatan Komunikasi SMCR . *Jurnal Audience*.
- Ilaihi, W. (2013). *Komunikasi Dakwah* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ishaq, R. E. (2016). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Malang: Madani.
- Islam, D. Y. (2014). *Aqidah Islam*. Pekanbaru: Yayasan Do'a Wali.
- Jami, D. Z. (2023). *Dakwah Marginal*. Jawa Tengah: Wawasan Ilmu.
- Jasafat. (2020). *Konvergensi Media Dakwah*. Banda Aceh: Ar-rainy Press.
- Kamarruzzaman. (2022). Epistemologi Kajian Dakwah dan Ilmu Komunikasi. *Jurnal Kajian Dakwah*, 72-89.
- Khatami, M. I., & Nurjannah, A. (2022). Difusi Inovasi Dalam Penerapan komunikasi Bencana Pada Masa Mitigasi oleh Forum Pengurangan Bencana. *Jurnal Audiens*.
- Laksana, M. W. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Liliwiri, A. (2017). *Komunikaso Antar Personal*. Jakarta: Kencana.
- Madani. (2017). *Hukum Ekonomi Islam*. Depok: PT. Rajagrafindo.
- Mawardi. (2018). *Sosiologi Dakwah*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Muhammad, A. (2020). Dakwah Melalui Media Sosial Studi melalui Media Instagram @cherbofeminist sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender . *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.
- Muhammad, M., & Ilahi, W. (2006). *Managemen Dakwah Islam*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad, P. (2022). Pengaruh Penggunaan Mdia Tiktok Di kalangan Mahasiswa Muslim UP. *Jurnal Hikmah*.
- M. Munir, Metode Dakwah ( Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2019),
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nur, A. (2019). *Muamalah dalam Islam*. Semarang: Penerbit Mutiara Aksara.
- Oktariani, D. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pembelajaran Seni Tari Tradisi Pada Remaja. *Jurnal Pendidikan dan Humaniora*, 907-915.
- Pageyasa, W., & Ihsan, N. (2016). *Kekerasan Bahasa di Media Daring Nasional*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.

- Puazah, S. S., & Putra, A. (2022). Pemanfaatan Akun Tiktok pada Suara.Com. *Jurnal E-PROCEEDING & mANAGEMENT*, 3534.
- Ramdani, R. (2018). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Robi. (2020). *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Robi, A. P., Adde, E., & Fitri, M. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Terhadap Generasi Z. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.
- Rusandi, & Rusli, M. (2022). Merancang Penelitian Dasar dan Studi Kasus. *Jurnal Penelitian*.
- Samiaji. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Depok: PT Kankus.
- Shabrina, F. N., Abdurrazaq, M. N., & Satria, A. (2023). Penggunaan Akun Tiktok Husain Basyaiban sebagai Media Dakwah Terhadap Minat Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAI Al-Aziz dalam Pembuatan Konten Dakwah. *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 178.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2015). *Syariah Islamiyah*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Syamsuddin. (2016). *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Wahid, A. (2019). *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antar Budaya*. Jakarta: PreNama Media Grup.
- Widianti, M. A., Mmaulida, A., Amanda, A. F., & Amanda, V. L. (2023). Kreativitas Menjadl Pendapatan: Pemanfaatan Tiktok Menjadi Media Penghasilan. *Jurnal Sinestesia*, 781- 791.
- Yadya, O. (2021). *Panduan Praktis Menulis Karya Tulis Ilmiah*. DKI Jakarta: Gue Pedia.
- Yufiarti, Japar, M., & Siska, Y. (2023). *Implementasi Penguatan Pendidikan Karakter (PKK) di Sekolah Dasar*. Yogyakarta: Garudhawacana.
- Yusuf, Y. (2016). *Dakwah Rosulullah dan Problematikanya*. Jakarta: Kecana.



### MATRIKS PENELITIAN

VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
APLIKASI TIKTOK	<p>-Aplikasi yang digunakan untuk menciptakan video berdurasi pendek</p> <p>- Aplikasi yang memberikan akses para penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi dan membuat konten menarik yang terhubung dengan internet</p> <p>- Aplikasi yang dapat menghubungkan dan membangun hunungan yang luas tanpa dibatasi jarak dan waktu.</p>	<p>- Video yang diciptakan harus ingkas, menarik, serta dapat menarik serta dapat menjelaskan jawan dari persoalan secara rinci</p> <p>- Konten kreator harus memiliki sesuatu yang khas dan berbeda serta up to date</p> <p>-Dapat menciptakan interaksi dengan pengguna lain tanpa saling mengenal</p>	<p>- Wawancara</p> <p>- Observasi</p> <p>-Dokumentasi</p>	<p>- Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Strategi yang dilakukan dalam metode pendekatan kualitatif deskriptif adalah penelitian yang menyelidiki fenomena, kehidupan individu-individu untuk menceritakan kehidupan mereka yang mana hal tersebut akan menjadi sebuah informasi bagi</p>	<p>1) Bagaimana proses mengelola akun @ifta.athiyah sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiyah?</p> <p>2) Bagaimana pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah pada akun @ifta.athiyah?</p>



				peneliti.	
2. MEDIA DAKWAH	<ul style="list-style-type: none"><li>- Alat yang digunakan untuk menyampaikn Maddah (isi) dakwah</li><li>- Segala sesuatu yang dapat mengantarkan da'i untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditetapkan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Efektif dan Efisiensi</li><li>- Sesuai dengan sasaran dakwah</li><li>- Media yang dipilih sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai.</li></ul>			



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lintang Ayu Kusuma Dewi  
NIM : 204103010077  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah  
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam skripsi yang berjudul "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Pada Akun @ifta.athiyah" ini adalah benar-benar karya asli tulisan saya, kecuali bagian kutipan yang telah disebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ternyata dalam skripsi ini ditemukan ada kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya hal itu menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 16 Mei 2024

Penulis



*Lintang Ayu Kusuma Dewi*  
Lintang Ayu Kusuma Dewi

**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN**  
**PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK PADA AKUN @ifta.athiyah**

NO	TANGGAL	KEGIATAN PENELITIAN	TTD
1	04 November 2023	Meminta Izin atas kesediannya Ning Ifta untuk akun @ifta.athiyah bisa menjadi Objek Penelitian	
2	23 April 2024	Menyerahkan Surat Izin Penelitian kepada Ning Ifta selaku Pengelola akun @ifta.athiyah	
3	24 April 2024	Melakukan wawancara dengan Ning Ifta	
4	30 April 2024	Melakukan wawancara yang kedua kalinya dengan Ning Ifta	
5	21 Mei 2024	Berpamitan sekaligus menyerahkan surat selesai penelitian	

**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**JEMBER**

Jember, 21 Mei 2024

  
Ifta Athiyah S. Ag

## PEDOMAN WAWANCARA SEMI TERSTRUKTUR

1. Mengapa anda menggunakan Tiktok sebagai Media Dakwah?
2. Siapa yang menjadi sasaran saat anda menyampaikan pesan dakwah?
3. Bagaimana anda mengelola akun tiktok @iftah.athiyah sebagai alat untuk menyampaikan pesan dakwah?
4. Apa ruang tema yang menjadi pembahasan dalam konten pada akun @iftah.athiya?
5. Sejauh mana pemanfaatan dakwah melalui aplikasi Tiktok sebagai alat untuk menyampaikan pesan dakwah?
6. Bagaimana langkah pengelola akun @ifta.athiyah dalam mengelola aplikasi Tiktok sebagai media Dakwah
7. Bagaimana pengelola akun @ifta.athiyah memanfaatkan apikasi Tiktok sebagai Media Dakwah?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH

Jl. Mataram No. 1 Mangli Kaliwates Jember, Kode Pos 68136 Telp. 0331-487550  
email : [fakultasdakwah@uinkhas.ac.id](mailto:fakultasdakwah@uinkhas.ac.id) website: <http://dakwah.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B.1597/Un.22/6.a/PP.00.9/05/2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

24 April 2024

Yth.  
Ning Iftah Atiyah

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Lintang Ayu Kusuma Dewi  
NIM : 204103010077  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Semester : VIII (delapan)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama  $\pm$  30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Pemanfaatan Aplikasi Dakwah Sebagai Media Dakwah Pada Akun @ifta.athiya"

Demikian atas berkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

An. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang betanda tangan dibawah ini :

Nama : Ifta Athiyah S. Ag

Jabatan : Pengelola akunTiktok @ifta.athiyah

Dengan ini menyatakan bahwa dibawah ini:

Nama : Lintang Ayu Kusuma Dewi

NIM : 204103010077

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian pada akun Tiktok @ifta.athiyah untuk memperoleh data, pada proses penyusunan kepenulisan Skripsi yang berjudul "Peanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Pada Akun @ifta.athiyah"

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dibeikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan dengan sebaik-baiknya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ  
JEMBER

Jember, 26 Mei 2024



Ifta Athiyah S. Ag

## Surat Perizinan Akses Foto Video dalam Penelitian Skripsi

Assalamualaikum Warahmatullahi wa Barakatuh

Pada hari ini tanggal 21 Juni 2024 saya IFTA ATHIYAH menyatakan bahwa saya tidak keberatan dan memberikan izin kepada LINTANG AYU KUSUSMA DEWI untuk mengakses Foto ataupun Video dalam akun @ifta.athiyah pada Aplikasi Tiktok, yang digunakan sebagai bahan atau data dalam melakukan penelitian Skripsi yang berjudul “ Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Pada Akun @ifta.athiyah” untuk memperoleh gelar S.Sos di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.

Dengan demikian surat perizinan ini dibuat, agar digunakan dengan sebaik- baiknya dan sebagaimana mestinya

Wassalamualaikum Wa Rahmatullahi Wa Barakatuh

Jember, 21 Juni 2024

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ  
JEMBER

Ifta Athiyah, S.Ag .

## DOKUMENTASI



Wawancara dengan Ning Ifta Athiyah selaku pemilik akun @ifta.athiyah<sup>119</sup>



## UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

<sup>119</sup> Bangsalsari, “Wawancara dengan Ning ifta sebagai pemilik akun @ifta.athiyah” 24 April 2024

<sup>120</sup> Bangsalsari, “Wawancara dengan Ning ifta sebagai pemilik akun @ifta.athiyah” 30 April 2024

## BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : Lintang Ayu Kusuma Dewi  
Tempat Tanggal Lahir : Badung, 14 September 2001  
Nim : 204103010077  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : DAKWAH  
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq  
Jember  
Alamat : Dsn. Bodean, RT/RW 001/ 004, Desa Kabat, Kec.  
Kabat, Kab.Banyuwangi.

### Riwayat Pendidikan Formal

- TK Al- Ma'arif Jimbaran, Bali (2007-2008)
- SDN Sudimoro 03, Malang (2008-2014)
- SMP Al- Munawwariyyah Malang (2014-2017)
- SMK Al- Munawwariyyah Malang (2017-2020)
- UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2020-2024)

### Riwayat Pendidikan Non Formal

- PP. Al-Munawwariyyah, Malang (2012-2020)
- PPM Al- Khozini, Jember (2021-2024)