

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dakwah ialah istilah dalam Islam yang merujuk pada tindakan mengajak orang lain untuk memahami nilai-nilai keislaman. Dengan begitu dakwah selalu mengarah pada kebaikan, dakwah dapat mengubah kebiasaan buruk menjadi kebiasaan baik, dakwah dapat mengubah pemikiran negatif menjadi pemikiran positif, dakwah dapat menuntun menuju nikmatnya taat kepada Allah SWT.

Menurut Syekh Ali Mahfudz, dakwah keislaman yaitu memberi motivasi kepada manusia agar beramal shaleh sesuai petunjuk, memerintahkan melakukan kebaikan dan melarang mengikuti kemunkaran agar bisa bahagia dunia dan akhirat. (Purnamasari and Thoriq 2021, 88) Pendapat ini menunjukkan bahwa melakukan dakwah menjadi salah satu hal yang dijanjikan kebahagiaan di dunia dan akhiratnya.

Surat An-Nahl ayat 125 menjadi dasar umat Islam untuk melakukan dakwah. Dalam ayat yang tersebut Allah SWT juga mengajarkan metode atau cara berdakwah dengan baik dan bijaksana. Cara menyampaikan pesan-pesan yang digunakan dalam dakwah sangat penting karena menentukan efektivitas dakwah. Secara etimologi pesan yakni bentuk amr (perintah), nasahah, bentuk amanat ataupun permintaan yang wajib di sampaikan kepada orang lain (Atikasari 2016, 1). Kandungan dari materi dakwah mencakup tentang akidah (keyakinan), berbagai ketetapan, akhlaq (budi pekerti) atau moral agar bisa menjadi stimulus bagi objek dakwah.

Firman Allah yang tertera pada surat Ali- imran pada ayat 104 yang menjelaskan yang dimaksud dengan dakwah ialah 3 hal yang pertama mengajak pada kebaikan yang kedua, mendorong pada kema'rufan yang ketiga melarang kejahatan. Penjelasan secara umum adalah bahwa Allah

memerintahkannya agar mempunyai umat yang menanamkan pemikiran dan sikap yang patut ditiru, umat yang tidak henti-hentinya mengajak umatnya untuk beramal shaleh sesuai petunjuk yang diberikan Allah SWT.

Pesan dakwah disampaikan oleh subjek dakwah yaitu pendakwah atau da'i. pesan dakwah dikemas dengan baik oleh da'i untuk disebarkan pada objek dakwah yang disebut *mad'u* yang artinya penerima dakwah. Pesan dakwah bisa disajikan dalam bentuk ucapan secara langsung dari da'i pada *mad'unya* atau di rekam dan diedit dalam bentuk konten video yang dibagikan melalui media sosial. Konten video dapat disebarkan dalam kreasi apa saja, seorang da'i dapat menyesuaikan dengan kebutuhan sasaran *mad'unya*.

Keterampilan seorang da'i menjadi unsur penting dalam melancarkan efektivitas dakwah. Animasi merupakan salah karya tangan yang tidak semua orang mampu menguasai ilmu ini, menggunakan cara ini untuk menarik perhatian *mad'u* untuk berdakwah menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Tidak hanya itu unggahannya seringkali mengikuti apa yang sedang marak menjadi perbincangan pengguna TikTok, seperti wanita yang berkerudung namun berpakaian begitu ketat dan juga bertingkah layaknya menggoda lawan jenis. Lalu dijelaskan bagaimana pendapat agama Islam mengenai hal itu. Hal itu dapat menarik ketertarikan khalayak luas sehingga kontennya memiliki banyak viewers, suka dan komentar.

Salah satu pendakwah yang memanfaatkan kemajuan teknologi dengan membuat akun media sosial TikTok adalah seorang pria yang menggunakan ilmunya untuk menyusun animasi dalam menyampaikan nilai-nilai agama Islam pada akun TikTiknya @isendalchannel. Akun iSendal dengan username @isendalchannel ini memulai video pertamanya pada 22 Maret 2022 dengan video animasi bergerak yang menggambarkan terjadinya kiamat dukhon yang begitu besar. Akun ini memiliki 205,8 ribu

followers, dengan 107 postingan hingga tanggal 13 september 2023 dan meraih like 5,2 juta.

Era digitalisasi membawa teknologi dengan kemajuan yang begitu pesat. Hal ini membuat media dan sarana berdakwah juga terus mengalami perkembangan. Seseorang yang ingin dakwahnya bisa diterima oleh khalayak luas perlu mengatur strategi baru dengan memanfaatkan teknologi berupa media sosial. Platform media sosial melahirkan peluang yang tidak pernah ada di era lama bagi individu dan organisasi untuk terhubung dengan orang lain dan berbagi ide, keyakinan, dan berbagai nilai kehidupan mereka.

*Social media* menjadi tempat yang efektif sebagai media dakwah agar proses dakwah menjadi efektif dan efisien, dakwah dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, teknologi canggih dapat merekam suara bahkan gambaran suatu aktifitas dengan mudah. Masyarakat dapat membagikan apapun selama mereka memiliki jaringan internet. Jaringan internet menjadi jalan masyarakat untuk bermedia sosial. Berkat internet, manusia mengalami perpindahan dari *real life* menuju *cyberspace*, yang terkesan hebat karena menghapus pengukuran jarak, waktu dan tempat (*distance, time, place*). Masyarakat lebih banyak menggunakan media sosial hanya untuk mencari kesenangannya sendiri, tidak banyak dari penggunaanya juga menampilkan hal-hal yang melanggar norma agama.

Media sosial memungkinkan pertukaran informasi secara instan, yang khususnya berguna bagi umat Islam yang ingin cepat merespons kejadian terkini atau mengatasi kesalah pahaman tentang Islam. Masyarakat cenderung selalu mempercayai apa yang beredar di media sosial, sehingga konten konten buruk terbentuk untuk memberdayai mereka. Beberapa konten dakwah menyebar tanpa landasan hadits maupun Al-Qur'an sehingga tidak sedikit umat Islam yang terkecoh dan mengikuti apa yang termuat dalam konten.

Negara Indonesia menyimpan banyak keanekaragaman budaya didalamnya, agama dan suku, dengan menggunakan media sosial, orang yang akan melakukan dakwah atau da'i dengan mudah dapat menjangkau orang-orang yang tidak punya pengetahuan tentang Islam dan memberi pengetahuan pada mereka tentang Islam dan ajarannya. Sifat dakwah tidak pernah memaksa dan mengolok, sehingga dalam berdakwah, pendakwah harus mengedepankan sifat sopan dan menghargai antar umat. Karena tidak banyak dari pemngguna media sosial juga kafir yang membenci Islam maka seorang pendakwah juga harus siap jika ditemukan perdebatan.

Wardi Bactiar dalam Farichah menjelaskan bahwasanya Menjelaskan bahwa media dakwah adalah media modern untuk penyebaran materi misionaris, seperti televisi, surat kabar, atau film (Farichah 2013, 13). Selain media dakwah, seorang pendakwah juga harus menemukan strategi yang tepat dan sesuai dengan media yang akan digunakan. Pemilihan media sosial yang lebih banyak penggunaannya juga menimbulkan resiko yang cukup besar juga, keberhasilan seorang pendakwah harusnya juga berpotensi berhasil lebih besar jika strategi yang digunakan sesuai.

Audio visual yang dikemas dalam suatu konten dakwah akan lebih banyak peminatnya (Atabik 2013, 192), karena sejak majunya perkembangan teknologi kebanyakan dari masyarakat lebih menyukai menonton dari pada membaca, apalagi banyaknya pengguna aplikasi TikTok dengan cukup banyak peminatnya yang dipilih sebagai media dakwahnya. Tayangan audio visual akan memberikan minat yang tinggi pada *mad'u* untuk sekedar mendengar dan melihat gambaran yang bergerak. Melalui audio visual, *mad'u* dapat melihat langsung gambaran khatib yang sedang berkhotbah, sehingga pesan dakwah dapat tersampaikan dengan sebaik-baiknya. Animasi dapat menggambarkan proses abstrak, yang akan lebih mudah dipahami oleh pengguna media sosial.

Dalam berdakwah menggunakan media sosial, viewer dan respon adalah hal yang paling penting, walaupun dapat memberi jangkauan yang

luas pengguna media sosial hanya akan memberi tanggapan pada konten-konten yang menarik dan tidak membosankan. Membuat konten menarik dan diminati masyarakat adalah sesuatu yang sulit. Seorang pendakwah harus sabar juga membutuhkan proses yang cukup lama hanya untuk mendapatnya pengikut pada akunnya.

Konten akun dakwah dikatakan 40% berhasil jika kontennya mendapatkan respon berupa suka dan komentar. Dari komentar seorang da'i akan mengetahui berapa presentase bertambahnya keberhasilan dakwah yang dimuat dalam kontennya hingga menemukan tujuan yang ingin diraih. Jika komentar berisi hujatan atau perkataan negatif itu menunjukkan bahwa dakwahnya gagal, sedangkan jika isi komentar berisi kalimat positif juga pertanyaan lebih lanjut terkait pesan yang disampaikan dalam dakwahnya maka dakwah dapat dikatakan berhasil.

Kenaikan followers juga dapat menjadi hambatan bagi seorang da'i, seorang da'i harus merancang konten yang akan di unggah agar sesuai dengan keinginan pengikutnya, strategi yang tepat dapat diciptakan dengan menyaring komentar dan memahami karakteristik *mad'u* yang telah di dapatkan. Setelahnya seorang da'i dapat menyesuaikan pendekatan terhadap *mad'u* melalui taktik dalam dakwahnya. Seorang da'i harus mengerti aspek mana yang akan ia ambil untuk lebih menarik banyak pengikut dan viewers pada konten dakwahnya. Sjahudi Siradj dalam buku Ilmu Dakwah karya Prof. Ali Aziz mengatakan ada tiga pendekatan dakwah yakni pendekatan budaya, pendekatan pendidikan dan pendekatan psikologis (Aziz 2018, 347).

Akun TikTok @isendalchannel memiliki strategi yang tepat dengan membuat konten vidio animasi sehingga seorang tidak perlu menerka-nerka dan hanya cukup menonton vidio hingga akhir. Dibandingkan sebuah gambar, tayangan animasi yang membentuk sebuah plot dari sebuah cerita yang menjadi materi utamanya akan lebih mudah dipahami. Prof. Ali Aziz pada bukunya Ilmu Dakwah menuliskan bahwa gambar diam lebih

mendominasi untuk dibangun dan dirasakan oleh orang yang melihatnya, sedangkan gambar hidup lebih mudah dipahami setelah dilihat sepenuhnya. (Aziz 2018, 377)

Banyaknya pengguna TikTok yang didominasi oleh generasi millennial, generasi ini menikmati konten-konten yang berbau *toxic*, *racism*, pornografi, pornoaksi, bullying dll. Sehingga seandainya konten dakwah tidak masuk dalam tiktok maka tidak ada yang berusaha *nahi munkar*. TikTok akan berisi hal-hal negatif yang akan mempengaruhi penggunanya. Maka peneliti tertarik meneliti konten dari akun TikTok @isendalchannel karena konten dakwahnya banyak yang mengandung unsur *nahi munkar*.

## **B. Rumusan Masalah**

Dalam hal ini muncul rumusan masalah terkait analisis pesan dakwah dalam akun TikTok @isendalchannel yaitu:

1. Bagaimana pesan dakwah yang terkandung dalam konten akun TikTok @isendalchannel pada bulan Agustus 2023?
2. Apa saja bentuk imbauan pesan yang terkandung dalam konten TikTok @isendalchannel pada bulan Agustus 2023?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana konten yang diunggah dalam akun TikTok @isendalchannel, mendeskripsikan pesan-pesan dakwah yang ada di dalamnya, menemukan pesan dakwah yang mengandung unsur pesan akidah, akhlaq atau syariah. Peneliti juga menjelaskan secara rinci pesa-pesan dakwah yang menggunakan pendekatan psikologis yang dilakukan dengan menggunakan teori imbauan pesan Jalaludin Rakhmat.

## **D. Manfaat Penelitian**

Peneliti memiliki harapan agar penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat untuk setiap pihak yang akan bersangkutan dengan penelitian

ini. Adapun manfaatnya baik secara teoritis dan secara praktis disebutkan dibawah ini:

#### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini, yaitu:

- a) Penelitian kedepannya dapat menjadi sumbangan keilmuan terkait pengembangan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam.
- b) Diperkirakan penelitian ini dapat memberi kontribusi bagi setiap mahasiswa, dosen, khususnya mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran Islam, serta menjadi referensi untuk kajian mata kuliah selanjutnya terkait dakwah melalui TikTok.

#### 2. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis penelitian ini, yaitu:

##### a) Bagi Penulis

Penelitian dikhususkan untuk memberi dan menambah pemahaman, pengetahuan serta wawasan penulis tentang pesan dakwah melalui konten akun TikTok @isendalchannel sebagai sarana dakwah di era milenial.

##### b) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara tertulis serta sebagai referensi tentang menganalisis pesan dakwah melalui TikTok

##### c) Bagi Sosial

Penelitian ini dimaksudkan untuk membantu memberikan pemahaman tentang dakwah dalam perkembangan teknologi dan perilaku masyarakat.

### **E. Metode Penelitian**

#### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif

deskriptif dengan pendekatan studi analisis isi, dimaksudkan untuk mengetahui dan memahami makna dibalik data yang tampak dan menjelaskan hakikat suatu fenomena melalui observasi dan interpretasi. Metode kualitatif ialah metode yang berlandaskan filsafat postpositivme, juga sering disebut sebagai paradigma interpretif atau konstruktif. Penelitian ini bersifat deskriptif sehingga data terkumpul dalam bentuk gambar dan kata (Sugiyono 2013, 8).

Analisis isi ialah salah satu metode yang diterapkan dalam penelitian sebagai alat untuk mendapatkan gambaran obyektif mengenai isi pesan komunikasi massa. Ini adalah fitur penting yang diterapkan untuk menemukan deskripsi masyarakat menggunakan konten, namun harus dibatasi subjektivitas, hasil analisis tersebut dapat menggambarkan isi teks (Sarosa 2021, 77)

Jenis teori penelitian yang digunakan adalah studi analisis isi. Teori ini digunakan untuk mendalami tema, kategori yang ada pada pesan dalam suatu teks, transkrip, atau narasi (Subadi 2006, 13). Sehingga melalui pendekatan tersebut penulis ingin menganalisis lebih dalam bagaimana konten dan pesan yang terkandung dalam konten yang diunggah pada akun @isendalchannel.

Adapun alat yang akan membantu proses penelitian untuk mengumpulkan data yang relevan adalah handphone dan laptop sebagai media untuk mengeksplorasi konten-konten dan mencatat hasil yang berupa pesan-pesan yang terkandung dalam konten yang ditayangkan. Dan mendiskripsikan pesan yang terkandung berupa pesan akidah, akhlaq ataupun syariah.

## **2. Prosedur Penelitian**

Penelitian kualitatif biasanya menekankan pada data yang bentuknya kata-kata dan gambar, tidak berupa angka seperti pada



metode kuantitatif. Saat mengumpulkan data peneliti harus berhubungan baik dengan sumber data. Penelitian akan lebih mengutamakan proses daripada hasilnya (*outcome*). Penelitian kualitatif memiliki beberapa tahap sehingga ditemukannya hasil penelitian yang diinginkan, tahap pertama disebut orientasi, tahap kedua disebut reduksi dan yang ketiga tahap seleksi, hingga memperoleh data dan informasi (Sugiyono 2013, 19).

Penelitian ini memulai langkah awalnya dengan mencari media sosial yang telah banyak digunakan sebagai sarana berdakwah, dari banyaknya pilihan peneliti memilih aplikasi TikTok, karena banyaknya masyarakat yang menggunakannya sehingga dakwah proses dakwah akan menjadi efektif. Lalu mencari beberapa akun yang mengunggah akun dakwah.

Peneliti memilih satu akun yakni akun @isendalchannel dan mengamatinya, setelahnya peneliti akan menelusuri semua konten untuk memilih konten yang akan menjadi bahan dalam penelitian. Peneliti menelusuri berbagai akun dakwah yang sesuai dengan tema penelitian yang diambil sehingga menemukan beberapa akun yang akan menjadi pertimbangan.

Akun-akun yang telah dikumpulkan di pilih lagi untuk di saring untuk menemukan satu akun yang memuat konten yang memiliki kualifikasi yang diinginkan peneliti.

Pada tahap selanjutnya peneliti mulai mengumpulkan data. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman makna. Peneliti akan melakukan beberapa dokumentasi dengan screenshot pada beberapa konten dalam kurun waktu yang berbeda untuk menjadi perbandingan. Tahap ini disebut tahap orientasi atau deskripsi, peneliti akan mengenali konten hanya dengan mendengar tahap ini akan membuat peneliti memiliki data umum yang belum jelas. Peneliti menentukan batasan konten yang akan diteliti dengan memilih batasan bulan unggahan konten.

Tahap kedua dalam penelitian kualitatif ialah tahap reduksi, peneliti fokus dalam mereduksi data. Reduksi data ialah bagian dari analisis isi yakni menyaring, mengklasifikasikan, mengarahkan, menghilangkan data yang berlebihan dan mengorganisasikan data yang berguna, menarik dan baru. (Sugiyono 2013, 21).

Peneliti akan melakukan pemahaman yang lebih dalam untuk menonton video konten hingga akhir lalu menentukan kategori yang terpilih untuk fokus penelitian, peneliti melakukan fokus pada konten-konten yang memiliki kategori dakwah dalam surat Ali imran ayat 104, dimana dakwah ialah mengajak orang berbuat baik, mendorong menuju kebaikan atau melarang pada kemungkaran. Beberapa konten tidak memenuhi kategori tersebut. Namun memuat dakwah dalam tema akidah, syariah atau akhlaq atau dakwah tafsir dan tanzir.

Pada tahap ketiga, setelah melakukan analisis pada informasi juga data yang diperoleh, peneliti akan menemukan tema. Peneliti mentransformasikan data yang diperoleh menjadi suatu kumpulan hipotesis atau pengetahuan baru (Sugiyono 2013).

Peneliti melakukan analisis pada konten-konten terpilih menggunakan studi analisis isi, teori imbauan pesan Jalaluddin Rakhmat. Dakwah dilakukan untuk mempengaruhi orang untuk mengikuti ajakannya. Maka dari itu teori ini digunakan untuk mengetahui pendekatan psikologis yang akan menjadi pengaruh pesan yang disampaikan pada khalayak. Lalu peneliti akan mengkategorikan pesan yang memiliki kandungan syariah, akidah, akhlak, dan yang berisi tafsir dan tanzir.

Lalu peneliti akan berada ditahap penemuan hasil akhir dari penelitian dalam tahap ini harusnya peneliti mendapatkan informasi yang bermakna dan pengetahuan baru digunakan untuk membantu memecahkan suatu masalah dan meningkatkan taraf

hidup manusia (Sugiyono 2013, 22).

Peneliti melakukan tambahan pengetahuan baru yang masih perlu untuk mengetahui lebih dalam makna yang tersimpan dalam materi dakwah yang telah disampaikan. Hal ini melibatkan data sekunder yang akan di ambil dari beberapa artikel, jurnal, buku dan karya tulis ilmiah lainnya.

### **3. Teknik dan Instrument Pengumpulan Data**

Gill et. al. dalam ungkapannya Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdiri atas observasi, analisis visual, studi pustaka, dan interview (individual atau grup) (Ulfah, et al. 2022, 15). Dalam hal ini penulis melihat akun resmi TikTok @isendalchannel menggunakan laptop dan handphone, lalu melakukan observasi (pengamatan) pada 13 konten yang ada dalam akun @isendalchannel. Sutrisno Hadi menyebutkan bahwa observasi ialah proses yang kompleks, yang terdiri dari proses biologis dan psikologis yang berbeda-beda. Dua proses terpenting adalah observasi dan memori (Sugiyono 2013, 123).

Memilah mana konten yang mengandung pesan dakwah sesuai surat Al- imran ayat 104, juga melihat pesan-pesan yang terkandung dalam setiap video yang telah dipilih. Kemudian penulis akan melakukan dokumentasi dengan *menscreenshot* data konten yang akan digunakan dan mengumpulkan memilah data sesuai dengan rumusan masalah yang akan diteliti setelah itu akan dianalisis oleh penulis dengan metode analisis isi lalu dikemas dalam hasil dan pembahasan.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yakni metode yang terapkan untuk memecahkan beberapa masalah dengan cara mengumpulkan data-data, mengorganisasikan, mengklarifikasi, menganalisis, dan mendeskripsikan. Hal ini memungkinkan berbagai pertanyaan yang terdapat dalam penelitian ini dapat

dideskripsikan berdasarkan data yang diperoleh, kemudian dianalisis menjadi ide-ide menarik untuk disajikan dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan 2 sumber data yaitu :

a. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama yang menjadi dasar penelitian. Data ini diperoleh langsung dari mengamati 13 konten dari tanggal 1-22 bulan Agustus 2023 pada akun TikTok @isendalchannel dengan daftar judul:

1. Jembatan shirat di atas neraka jahannam
2. Pahala jariyah ilmu bermanfaat
3. Dosa jariyah share foto vidio buka aurat
4. Apakah semua orang Islam masuk surga?
5. Jika pahalanya dan dosanya seimbang, masuk surga atau neraka?
6. Suku primitif masuk surga atau neraka?
7. Wanita yang tidak akan mencium bau surga
8. Pahala jariyah memberi makan
9. Nasib ruh orang beriman (part 1)
10. Nasib ruh orang beriman (part 2)
11. Nasib ruh orang beriman (part 3)
12. Demi waktu manusia dalam kerugian
13. Azab tukang Julid

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder ialah data yang melengkapi data primer. Data tersebut dikumpulkan dari jurnal, buku-buku penelitian, juga data-data yang sudah ada sebelumnya yang berkaitan dengan analisis konten dakwah dalam akun TikTok @isendalchannel.

#### **4. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data pada penelitian kualitatif memiliki beberapa prosedur hingga memunculkan hasil inferensi. Dalam sebuah analisis isi diperlukan data yang jelas, sebagaimana data itu ditemukan dan ditentukan, sehingga perlu dilakukan observasi dahulu.

Penelitian ini adalah analisis kualitatif, sehingga data sudah terkumpul akan melewati tahap deskripsi yaitu peneliti akan mendeskripsikan apa yang di lihat, di dengar dan di rasakan. Lalu peneliti akan mereduksi data untuk memfokuskan pada masalah tertentu, yang dipilih ialah data terkini yang penting, berguna, dan menarik. Tahap selanjutnya ialah seleksi, peneliti akan menguraikan fokus agar lebih rinci. Pada tahap ini, peneliti akan dapat menemukan tema dengan membingkai data menjadi hipotesis atau pengetahuan baru (Sugiyono 2013, 19)

Peneliti menggunakan analisis isi dalam klaus Krippendorf yang bertujuan untuk menarik inferensi data pada aspek-aspek tertentu dari konteksnya dan menjustifikasi inferensi-inferensi dalam hubungan dengan pengetahuan yang menjadi objek analisis (Krippendorf 1991, 26).